

**Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Instituto de Filosofia e Ciências Humanas
Programa de Pós-Graduação em Ciência Política**

Jennifer Azambuja de Moraes

Tese de Doutorado

Cultura Política e Capital Social: os efeitos do uso da internet na socialização de
jovens no Sul do Brasil

Porto Alegre, 2017

Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Instituto de Filosofia e Ciências Humanas
Programa de Pós-Graduação em Ciência Política

Jennifer Azambuja de Moraes

Tese de Doutorado

Cultura Política e Capital Social: os efeitos do uso da internet na socialização de
jovens no Sul do Brasil

Tese defendida para obtenção do
título de Doutora em Ciência Política
no Programa de Pós-Graduação em
Ciência Política da Universidade
Federal do Rio Grande do Sul.

Orientador Prof. Dr. Marcello
Baquero

Porto Alegre, 2017

Jennifer Azambuja de Moraes

Tese de Doutorado

Cultura Política e Capital Social: os efeitos do uso da internet na socialização de jovens no Sul do Brasil

Tese defendida para obtenção do título de Doutora em Ciência Política no Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Banca Examinadora:

Prof. Dr. César Marcello Baquero Jacome (orientador) (UFRGS)

Prof. Dr. Rodrigo Stumpf González (UFRGS)

Prof^a Dra. Patrícia Rodrigues Chaves da Cunha (UFPel)

Prof^a Dra. Maria Salete Souza de Amorim (UFBa)

CIP - Catalogação na Publicação

Morais, Jennifer Azambuja de
Cultura Política e Capital Social: os efeitos do
uso da internet na socialização de jovens no Sul do
Brasil / Jennifer Azambuja de Moraes. -- 2017.
286 f.

Orientador: César Marcello Baquero Jacome.

Tese (Doutorado) -- Universidade Federal do Rio Grande do
Sul, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de
Pós-Graduação em Ciência Política, Porto Alegre, BR-RS,
2017.

1. Cultura Política. 2. Capital Social. 3. Socialização
Política. 4. Efeitos do uso dos meios de comunicação. 5.
Juventude. I. Baquero Jacome, César Marcello, orient. II.
Título.

Dedico esta tese e o futuro título de doutora a minha família.

Em especial a minha avó materna, Sueli Branco de Azambuja (*in memoriam*).

Por ela eu comecei essa caminhada, mesmo sem ela continuei, pois pelo amor por ela que conclui.

Agradecimentos

Eu sou filha única de pais trabalhadores, que são filhos de pais trabalhadores, que migraram da zona rural para urbana em busca de melhores condições. Eu venho de escolas estaduais públicas de excelente qualidade. Eu cheguei à graduação por meio de uma política social. Eu continuei meus estudos, fazendo mestrado e doutorado, em universidades federais com o auxílio de bolsas de estudo. Então, agradecer não é uma obrigação, agradecer é reconhecer as oportunidades que surgiram e as pessoas que me ajudaram a aproveitar estas oportunidades. Nesse sentido, agradecer é fundamental, pois todo o meu esforço em concluir o doutorado, aproveitando as oportunidades que me foram oferecidas, só foi possível pelas pessoas que me cercaram. E, por isso, talvez eu não consiga aqui expressar minha gratidão por todas as pessoas que de alguma forma me ajudaram, pois foram muitas e o espaço dos agradecimentos não comportará.

O primeiro agradecimento é para os meus pais que, com muito esforço, deram-me as oportunidades para eu estudar com dedicação exclusiva. Para minha mãe, Gilsane Azambuja de Moraes, pela dedicação, incentivo e confiança de que eu sempre podia mais. Ao meu pai, Cláudio Omar Maron de Moraes, pelo exemplo de responsabilidade, competência e humildade que são meus guias. Nesse agradecimento aos meus pais, incluo os meus segundos pais, meus avós maternos, que, com muito amor, oportunizaram-me os melhores aprendizados da vida. Para meu avô, Schirlei Garcia de Azambuja, pelas paixões com o futebol, com as notícias e com a política que transmitidas a mim transformaram-me em uma torcedora do Brasil de Pelotas, uma jornalista e uma cientista política. Para minha avó, Sueli Branco de Azambuja, pelo amor, amizade, torcida e, principalmente, exemplo de vida, uma mulher guerreira que me oportunizou os melhores ensinamentos, aos quais dedicarei sempre meus melhores sorrisos.

Agradeço ao meu melhor amigo e companheiro pela verdadeira amizade e companheirismo, que representam o significado de amor. Ao Lucas Vergara Dutra, eu agradeço, pelo apoio incondicional, pelas palavras de incentivo, pelos abraços de apoio, pelo amor e pela oportunidade de compartilhar a construção de uma vida baseada na cumplicidade e no crescimento mútuo. Agradeço por aumentar minha família com tua presença e a presença de tua mãe, Maristela Vergara, a quem também

quero agradecer pela amizade e amor, sempre acompanhados com enorme incentivo e carinho.

Apesar de ser filha única e neta, por parte dos avós maternos, única, minha família é enorme, são muitos tios avós e primos de segundo a quarto grau, que parecem primos de primeiro. A esta família quero agradecer pela oportunidade de, sempre unida, compartilhar bons e ruins momentos. Também agradeço aos meus padrinhos, sejam eles de batismo ou emprestados, Ronaldo Azambuja Branco, Mari Estela Brisolara Branco, Edi Dobke, Jaime Gaspar e Maria Emília Matos, por serem exemplos de superação das dificuldades e de grandes trabalhadores. Agradeço aos meus afilhados, pequenos em tamanho, mas grandes em ensinamentos: Christopher Guidotti, Maria Eduarda Pedra e Gabriel Vergara pela oportunidade de aprender, constantemente, com vocês.

Aos amigos, agradeço por sempre estarem nos momentos certos e me ajudarem a crescer. Acredito que somos aquilo que vamos aprendendo com os que convivemos, pois sempre vamos levar algum aprendizado de quem por nossa vida passar, oportunizando-nos crescimento. E, por isso, eu sou um pouco de Jucimara Pedra Chagas, de Diego Botelho, de Teresa Marins, de Raquel Zarnotti, de Júlio Bassi, de Michele Borba, de Karen Costa Dal Castel, de Deisi Rodrigues, de Aline Aldrighi e de Matheus Müller. Este último foi o que a academia me reservou de melhor, Matheus Müller é um colega que passou a ser parceiro de trabalho e publicações que passou a ser amigo, agradeço pelas aventuras na pesquisa de campo, pelas viagens para apresentações em congressos, pelos conhecimentos compartilhados e pela oportunidade, que é um privilégio, de crescer profissionalmente e pessoalmente contigo, meu querido amigo.

Aos colegas de trabalho, que se tornaram amigos, agradeço pelo comprometimento em desenvolver o melhor trabalho, por me ensinarem o que eu não sabia, por aprenderem o que eu podia ensinar e até por não concordarem comigo. Os momentos foram diversos, mas marcantes e divertidos, sejam eles nas pesquisas de campo com momentos de trabalho divididos com momentos de boas conversas, sejam em sala de aula com debates enriquecedores e sejam na sala dos professores, com momentos de atividades para todos os bolsistas, de aprendizado com os professores ou de confraternizações do grupo do NUPESAL. Esses momentos foram únicos e compartilhados com muitas pessoas, algumas delas: Humberto Rocha,

Bianca Linhares, Saionara Wagner, Henrique Castro, Sônia Ranincheski, Patrícia Lários, Bruno Mello, Camila de Vasconcelos, Camila Vidal, Isadora Steffens, Andressa Liegi Costa, Mariana Bernardi, Mariana Aguirre, Manuel Edeza, Thiane Ávila e Renato Bicca. Queria agradecer, em especial, aos que junto comigo foram pesquisadores do projeto “Democracia, mídias e capital social: Um estudo comparativo de socialização política dos jovens no Sul do Brasil”: Enio Cardoso, Andressa Liegi, Ana Júlia Bernardi, Felipe Zorzi e Ísis Matos. O agradecimento é especial, pois o contato foi enriquecedor pessoal e profissionalmente. Agradeço também aos alunos da Universidade Federal de Santa Catarina, em especial ao professor Julian Borba e às doutorandas Renata Andrades e Carla Ayres, por nos ajudarem com a aplicação do *survey* em Florianópolis.

É essencial agradecer aos professores que tanto me ajudaram com a transmissão de conhecimento. Aos do ensino básico, agradeço ainda mais, pois superaram as dificuldades do ensino público e alimentaram meus sonhos. No ensino fundamental, agradeço em especial, a professora que me ensinou a ler e escrever e, ao mesmo tempo, me estimulou o pensamento crítico, Rosiara Arrieira, e a professora que me estimulou a ser jornalista, Tania. No ensino médio, agradeço a professora que me proporcionou ampliar os meus horizontes de análise, Deisi Rodrigues, hoje uma grande amiga. No ensino superior, aos que me mostraram um jornalismo verdadeiro e comunitário, Jairo Sanguiné e Fábio Cruz. Na pós-graduação aos que me encantaram com os caminhos da ciência política, Hemerson Pase, Patrícia da Cunha, Rodrigo González e Marcello Baquero. Também agradeço aos professores, aos coordenadores e ao secretário, Lucas Dias, do PPG em Ciência Política da UFRGS. Em especial, ao professor Rodrigo González que me oportunizou muitos debates e excelentes aulas, além de me instigar sempre com muitas questões.

Gostaria de agradecer aos meus orientadores que não só me auxiliaram na confecção dos trabalhos finais e transmitiram conhecimento, como também me incentivaram e acreditaram em meu trabalho: Fábio Cruz, na graduação, Hemerson Pase, na especialização e no mestrado, e Marcello Baquero, no doutorado. Também agradeço à professora Rute Vivian Angelo Baquero, que, como uma co-orientadora, ajudou-me em minha tese e em meu crescimento profissional. Aproveito para agradecer, antecipadamente, aos professores que aceitaram compor a banca de avaliação da minha tese: Rodrigo González, Patrícia Cunha e Maria Salete Amorim.

Também não posso deixar de agradecer às instituições que permitiram essa trajetória: Escola Estadual de Ensino Fundamental Visconde de Souza Soares, Escola Estadual de Ensino Médio Nossa Senhora de Lourdes, Instituto Federal Sul-riograndense, Universidade Católica de Pelotas, Universidade Federal de Pelotas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul e Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. Assim como não posso deixar de agradecer às escolas de Porto Alegre, Florianópolis e Curitiba que abriram suas portas para que o grupo do NUPESAL realizasse a pesquisa, bem como os diretores, coordenadores, professores e alunos que colaboraram com a pesquisa.

Por fim, quero agradecer ao meu orientador do doutorado Marcello Baquero, pelos ensinamentos profissionais e pessoais, pelo incentivo, pela confiança e, principalmente, pela amizade. De todos os professores que tenho como exemplo, o professor Marcello Baquero é a união de todos os bons exemplos que geram educação de qualidade: em constante aperfeiçoamento, trabalha a teoria com a empiria, não esmorece, acredita no ser humano, acredita no potencial de seus alunos e orientandos, exigente, educador, paciente, não conformado com as situações de desigualdade e injustiça, humano e extremamente humilde. O convívio com o professor Marcello me proporciona crescimento não só profissional, como também pessoal, pois ele não é só um excelente professor e cientista político, ele também é uma grande pessoa. Agradeço ao professor por tudo isto e pela grande amizade, que o convívio profissional gerou, permitindo que eu conhecesse a sua família, pela qual tenho muito carinho.

Todas as oportunidades que esforçadamente agarrei até o momento e vou continuar agarrando, agradeço as pessoas e instituições que de minha vida fazem parte, em especial a todas que citei. Meus valores, minhas crenças, minhas atitudes e meus comportamentos são resultados disso.

Resumo

A adesão de jovens às Manifestações de Junho de 2013, no Brasil, um país caracterizado por uma cultura política apática e não participativa, apresenta escassas explicações no campo da ciência política. Até o momento os estudos realizados apresentam análises não conclusivas sobre tais agitações públicas. Principalmente, as que buscam explicações no advento da internet. Este estudo se insere nas discussões sobre os efeitos do uso da internet na cultura política dos jovens no Sul do Brasil, tendo como problema que norteia a pesquisa “*Qual a influência do uso da internet, enquanto mecanismo de socialização política, na cultura política e no capital social de jovens estudantes no Sul do Brasil?*”. São testadas três hipóteses: (1) a internet se constitui em um novo agente socializador político dos jovens e influencia mais quando comparado aos demais meios de comunicação, como televisão, rádio, jornal impresso e revistas; (2) quanto maior o uso da internet maior a apatia e o desinteresse políticos, a percepção de polarização de opiniões políticas, o discurso de ódio político e a intolerância política dos jovens estudantes no Sul do Brasil; (3) quanto maior o uso da internet menor os níveis de capital social encapsulado, capital social emancipatório e capital social virtual dos jovens estudantes no Sul do Brasil. Os resultados encontrados confirmam que a internet é um novo agente socializador com maior influência que os demais meios de comunicação, no entanto não confirmam que a internet está associada com o tipo de cultura política e os níveis de capital social dos jovens entrevistados. No entanto, é importante ressaltar, que se constata que a cultura política e o capital social apresentam valores similares das gerações anteriores, fortalecendo a hipótese de que o uso da internet reforça o tipo de cultura política e os níveis de capital social existentes na sociedade.

Palavras-chave: Cultura Política, Capital Social, Socialização Política, Juventude, Internet, Sul do Brasil.

Abstract

Political Sciences have been unable to explain the huge crowds of young people attending the demonstrations in Brazil, in June 2013. This happens because Political Sciences appear to understand Brazilian society as one with a very low level of political participation. So far, studies about the demonstrations have been inconclusive. This study is part of the debate about the effects of the Internet on the political culture of the youth in south of Brazil. The research problem is “What is the influence of the internet as a political socialization instrument on the political culture and social capital of young students in south of Brazil?” The study will test three hypotheses: (1) the internet is a new agent of political socialization for young people and influences them more than TV, radio, newspaper and magazines; (2) As more young people use the internet for their source of information, apathy and their lack of interest in politics will increase, as will the perception of the polarization of political opinions, hatred speech and political intolerance among young students in south of Brazil; (3) increased use of the internet creates lower levels of encapsulated, emancipatory and virtual social capital among young students in south of Brazil. The results confirm that the internet is a new agent of political socialization and its influence is bigger than other conventional means of communication. However, the results are inconclusive that the internet is the main producer of the kind of political culture and social capital found among the young students interviewed for the research. The results also found that currently levels of social capital and political culture are comparable with the previous generations, confirming the hypothesis that the internet just reinforces the kind of political culture and levels of social capital already existent in a society. It doesn't increase them.

Keywords: Political Culture, Social Capital, Political Socialization, Youth, Internet, South of Brazil.

Índice de quadros

Quadro 1 - Aspectos de cidadania leal e assertiva	44
Quadro 2 - Varáveis individuais, de socialização e de cultura política	147
Quadro 3 – Percepção da polarização de atitudes	156
Quadro 4 – Percepção da polarização em nível agregado	158
Quadro 5 – Intolerância na internet	161
Quadro 6 – Discurso de ódio	163
Quadro 7 – A internet está fortalecendo a democracia ou ajudando a piorar a crise	166
Quadro 8 – Varáveis de cultura política x índices de capital social	200

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Comportamento dos jovens quando seus amigos postam assuntos políticos (%)	93
Tabela 2 – Na hora de formar uma opinião sobre assuntos políticos, qual é a primeira e a segunda instituição mais importante (%)	100
Tabela 3 – Renda x motivação de uso da internet (%).....	103
Tabela 4 – A influência dos agentes socializadores na participação das manifestações de Junho de 2013 (%).....	105
Tabela 5 – A influência dos agentes socializadores na formação de opinião sobre instituições políticas (%).....	106
Tabela 6 – Tempo de uso da internet x cultura política	145
Tabela 7 – Variáveis individuais e de socialização política em relação ao interesse por política	149
Tabela 8 – Variáveis individuais e de socialização política em relação a gostar de discussões sobre assuntos políticos	151
Tabela 9 – Variáveis individuais e de socialização política em relação definição do voto.....	152
Tabela 10 – Variáveis individuais e de socialização política em relação a considerar que a opinião da maioria das pessoas é levada em conta no país.....	153
Tabela 11 – Análise fatorial Confiança Interpessoal	190
Tabela 12 – Análise Fatorial Confiança Institucional.....	191
Tabela 13 – Análise Fatorial Participação Política Atitudinal.....	192
Tabela 14 – Análise Fatorial Participação Política Comportamental	193
Tabela 15 – Tempo de uso da internet x capital social	195
Tabela 16 – Confiança interpessoal familiar	201
Tabela 17 – Confiança interpessoal em grupos	203
Tabela 18 – Confiança institucional na igreja.....	205
Tabela 19 – Confiança institucional comunitária	207
Tabela 20 – Confiança institucional política	208
Tabela 21 – Participação política atitudinal <i>offline</i>	210
Tabela 22 – Participação política atitudinal <i>online</i>	211
Tabela 23 – Participação política comportamental convencional/inferior a 1%	212

Tabela 24 – Participação política comportamental não convencional/superior a 3%	
.....	213

Índice de Gráficos

Gráfico 1 – Média de horas por dia/dias por semana de uso dos meios de comunicação.....	89
Gráfico 2 – Redes sociais mais utilizadas (%).....	90
Gráfico 3 – Pesquisa outras fontes sobre as notícias políticas postadas nas redes sociais (%)	92
Gráfico 4 – Conversar sobre assuntos políticos (soma das respostas frequentemente e às vezes) (%)	95
Gráfico 5 – Conversa sobre postagens políticas das redes sociais (soma das respostas sempre ou às vezes) (%)	96
Gráfico 6 – Informa-se para saber mais sobre assuntos políticos (soma das respostas sempre ou às vezes) (%)	98
Gráfico 7 – Confiança na internet e nas informações políticas (soma das respostas confia e confia mais ou menos) (%)	99
Gráfico 8 – Motivação do uso da internet (%).....	102
Gráfico 9 – Influência dos meios de comunicação da forma de pensar (soma das respostas sim e às vezes).....	107
Gráfico 10 – Influência dos meios de comunicação da forma de agir (soma das respostas sim e às vezes) (%)	108
Gráfico 11 – Interesse por política (%)	130
Gráfico 12 – Posicionamento político dos jovens (1 representa extrema esquerda e o 10 a extrema direita) (%).....	131
Gráfico 13 – Identificação com partidos políticos (soma das respostas não tem preferência partidária, não sabe e não respondeu) (%).....	132
Gráfico 14 – Sentimento neste momento em relação ao país (%).....	133
Gráfico 15 – Sentimento em relação à política (%)	134
Gráfico 16 – Debater no espaço da escola (%)	135
Gráfico 17 – Não gosto de discussões ou assuntos políticos, porque ninguém se entende e prefiro não me incomodar (%)	136
Gráfico 18 – Principal problema do país (%)	137
Gráfico 19 – Percepção de que os políticos são corruptos (soma das respostas concordam e concordam em parte) (%)	138
Gráfico 20 – A opinião da maioria das pessoas é levada em conta no país (%)....	140

Gráfico 21 – Definição do voto (%).....	141
Gráfico 22 – Jovens que acertaram o nome e partido do executivo municipal, estadual e federal (%)	142
Gráfico 23 – Confiança interpessoal encapsulada (confia) (%)	175
Gráfico 24 – Confiança Institucional encapsulada (confia) (%).....	176
Gráfico 25 – Participação política encapsulada atitudinal (concorda/sim) (%)	177
Gráfico 26 – Participação política encapsulada comportamental (participa) (%) ...	178
Gráfico 27 – Confiança institucional emancipatória (confia) (%).....	181
Gráfico 28 – Participação política emancipatória atitudinal (concorda) (%)	182
Gráfico 29 – Participação política emancipatória comportamental (participa) (%)	183
Gráfico 30 – Participação nas manifestações de Junho de 2013 (%)	184
Gráfico 31 – Participação política virtual atitudinal (concorda) (%)	187
Gráfico 32 – Participação política virtual comportamental (participa/sim) (%)	188

Sumário

1. Introdução	20
1.1 Metodologia	30
1.2 Estrutura da tese	33
2. Enquadramento Teórico	35
2.1 Socialização política	38
2.2 Cultura Política	41
2.3 Capital Social	46
2.4 A cultura política e o capital social no contexto brasileiro	52
2.4.1 Contexto político do Brasil em 2015 e 2016	54
2.4.2 Cultura política brasileira	55
2.4.3 Capital social no Brasil	58
2.5 Influência da internet na sociedade e na política: “teoria da mobilização” e “efeitos negativos”	61
2.5.1 A internet, as redes sociais e suas implicações	61
2.5.2 Teorias sobre os impactos dos meios de comunicação no capital social: a internet	66
3. Socialização política dos jovens e a internet	73
3.1 Como os jovens internalizam valores e formam identidades coletivas com o advento da internet?	78
3.2 O lado antissocial da internet	82
3.3 Análise de dados	87
3.3.1 Quantidade de tempo na internet e nas redes sociais	88
3.3.2 Perfil dos jovens nas redes sociais	91
3.3.3 Frequência de conversa sobre assuntos políticos postados na internet	95
3.3.4 Formação da opinião sobre assuntos políticos	97
3.3.5 Motivação no uso da internet	101

3.3.6	Influência da internet nas atitudes e comportamentos dos jovens	104
3.3.7	Considerações sobre a internet como agente socializador dos jovens no Sul do Brasil.....	109
4.	Cultura política e internet	113
4.1	Polarização das opiniões políticas	118
4.2	Intolerância política	120
4.3	Discurso de ódio	123
4.4	Análise empírica.....	127
4.4.1	Interesse por política	129
4.4.1.1	Os efeitos do uso da internet na apatia e no desinteresse políticos dos jovens do Sul do Brasil.....	144
4.4.2	Polarização de opiniões políticas	154
4.4.2.1	Polarização de atitudes	155
4.4.2.2	Polarização em nível agregado	157
4.4.3	Intolerância política	159
4.4.4	Discurso de ódio	162
4.4.5	Internet e democracia.....	165
4.4.6	Considerações sobre a influência do uso da internet na cultura política juvenil no Sul do Brasil.....	168
5.	Capital social e internet.....	171
5.1	Capital social encapsulado.....	174
5.2	Capital social emancipatório.....	180
5.3	Capital social virtual	186
5.4	Os efeitos do uso da internet na constituição de capital social juvenil	189
5.5	A relevância das variáveis individuais, de socialização e de cultura política nos níveis de capital social	199
5.6	Considerações sobre os efeitos do uso da internet na constituição de capital social entre os jovens no Sul do Brasil	215

6. Considerações finais.....	219
Referências.....	231
Anexos.....	260

1. INTRODUÇÃO

Os avanços nas tecnologias de informação, que permitem o grande fluxo instantâneo de informações, vem impactando significativamente a política, a sociedade e a economia. O surgimento da internet e, por consequência, dos sites de redes sociais, está proporcionando novas formas de interação social entre os cidadãos (LÉVY, 2000; CASTELLS, 2003) e entre os cidadãos e seus representantes (GOMES e MAIA, 2008; PARMELEE e BICHARD, 2011; BLUMLER e GUREVITCH, 2001; SILVEIRA, BRAGA e PENTEADO, 2014), um novo comportamento dos políticos e partidos políticos (HARVEY, 1992; GIBSON e WARD, 2000; GIBSON, NIXON e WARD, 2003; BRAGA, NICOLAS e CRUZ, 2010), uma nova visão dos processos eleitorais (GOMES *et al.*, 2009; MARQUES e SAMPAIO, 2011; WILLIAMS e TEDESCO, 2006), novas possibilidades de participação política (NORRIS, 2000; RECUERO, 2009), nova forma de acessibilidade às informações, quando comparada aos outros meios de comunicação como rádio, jornal impresso e TV (CASTELLS, 2003; CABRAL, 2007) e novas possibilidades para desenvolvimento econômico global (BANCO MUNDIAL, 2016). Não por acaso a internet vem gerando debates sobre a sua contribuição, ou não, na qualidade da democracia (TSAGAROUSIANOU, TAMBINI e BRIAN, 1998; GIMMLER, 2001; LATTMAN-WELTMAN, 2003; SUNSTEIN, 2003).

A internet vem incorporando uma nova realidade às atividades diárias dos cidadãos, facilitando transações bancárias, aquisição de produtos e serviços, possibilitando diferentes formas de interação e participação social, além de disponibilizar informações e espaços de compartilhamento. Esse cenário propiciou oportunidades aos cidadãos de expressarem publicamente sua opinião sobre política, ou seja, criou-se mais espaço para falarem e debaterem sobre assuntos políticos através das redes sociais. Aparece, desta maneira, uma nova forma de participação política via formação de grupos de debates, assinatura de petições *online* e realização de doações para políticos, partidos políticos, movimentos sociais e outras instituições.

Tais avanços nas tecnologias de informação impactam a sociedade, principalmente os jovens que as utilizam com maior frequência, para manifestarem suas opiniões sobre assuntos políticos. Desse modo, a internet e as redes sociais se constituem ou vem se constituindo em instrumentos de publicização das opiniões,

possibilitando informar, defender ou criticar publicamente as ideias que se tem sobre governo e administração, bem como outros assuntos.

Há um crescente otimismo sobre o impacto das novas tecnologias de informação na política e na sociedade. Dentre as justificativas existentes destacam-se (1) o aumento dos usuários no mundo (RECUERO, 2009), (2) o amplo acesso às informações (WARF e GRIMES, 1997; CASTELLS, 2003) e (3) o uso por parte dos políticos e das instituições políticas para conquistarem o eleitorado (GIBSON e WARD, 2000), bem como (4) a mobilização de manifestações feitas pela sociedade mediante o uso de redes sociais (RECUERO, 2012a; GRANJON, 2001).

No Brasil, apesar de metade da população ainda não ter acesso à internet, há um aumento significativo de usuários de 2005 (a população com acesso à internet era de 20,9%, conforme os dados do IBGE, 2005) a 2013 (49,4% da população com acesso à internet, conforme IBGE, 2013). Ao mesmo tempo a internet vem oportunizando acesso a numerosa e diversificada fonte de informações (WARF e GRIMES, 1997; HEIM, 1993; CASTELLS, 2003), bem como a facilidade de comunicação com qualquer pessoa e publicação de qualquer opinião ou informação (MARGOLIS e MORENO-RIÑO, 2013).

Na visão otimista sobre a internet e as redes sociais, a terceira e a quarta justificativas vêm ganhando destaque. Com relação ao uso por políticos, por exemplo, a eleição do candidato Barack Obama, em 2008, nos Estados Unidos, sustentou-se em forte campanha *online*. Segundo Cogburn e Espinoza-Vasquez (2011), a campanha de Barack Obama feita nas redes sociais foi capaz de arrecadar uma quantidade significativa em dinheiro – foram mais de três milhões de contribuintes –, além de aumentar a participação dos cidadãos nas eleições. Outros dois exemplos, com relação ao uso da internet por parte da sociedade para manifestações, são a Primavera Árabe¹ desde 2010 e as Manifestações de Junho de 2013. A Primavera Árabe é uma onda de manifestações e protestos, no Oriente Médio e no Norte da África, fortemente marcada pelo uso do Twitter, que resultou, entre outras ações políticas, na derrubada de chefes de Estado, demissão de ministros e anúncios, de alguns presidentes que ocupavam o cargo há várias candidaturas, de não concorrer

¹ Ver mais em Ghannam (2011) e Korotayev e Zinkina (2011).

à reeleição. As Manifestações de Junho de 2013², no Brasil, foram manifestações populares, principalmente nas capitais, organizadas pelas redes sociais, que, inicialmente, contestavam o aumento nas tarifas do transporte público e, depois, exigiam melhorias na saúde, educação e segurança, além de mostrarem indignação com a corrupção no país.

No caso árabe, segundo Castells (2012), assiste-se atualmente ao nascimento de um mundo novo, ao qual tiranos e governantes injustos tentam se opor, e as redes sociais proporcionam um espaço de autonomia para o surgimento de movimentos com distintas formas e resultados. No caso brasileiro, Amaral (2013) destaca que, para além da obviedade das manifestações, o avanço das redes anuncia a dispensabilidade da grande imprensa. Para o autor o fato é que as redes sociais podem multiplicar os canais de informação, “fazendo de cada cidadão o editor de seu próprio jornal, lido e visto por um espectro social muitas vezes mais amplo do que os instrumentos tradicionais da imprensa convencional, sem os condicionantes do poder público e do poder econômico” (AMARAL, 2013, p. 11). Na base dessas justificativas encontra-se a percepção de que a internet é um ambiente que pode preparar e capacitar os cidadãos para a participação política, o que sustenta a teoria da mobilização (NORRIS, 1999; NEWTON, 1999; MATOS, 2007).

No entanto, há também uma visão pessimista sobre as novas tecnologias de informação, na qual o debate sobre a possibilidade de incremento ou fortalecimento da participação através da internet parece ser somente uma promessa, visto que ela pode comprometer o engajamento cívico dos cidadãos e, por consequência, a qualidade da democracia (BOULIANNE, 2009). Alguns dos fatores apontados para esse pessimismo³ são: (1) a diminuição da privacidade e segurança, combinadas com um certo anonimato dos internautas (ISHITANI, 2003; SOLOVE, 2007; DYSON, 1998), (2) o aumento da desigualdade social e digital (SANTOS, 2006; POLAT, 2005; WILHELM, 2000 e 2004; PUTNAM, 2015) e (3) o fato de que estar conectado não gera automaticamente participação ou engajamento político (DAHLGREEN, 2005; PUTNAM, 2002; ALBAGLI e MACIEL, 2007; FREIRE, 2009). Em relação ao primeiro fator, não há 100% de privacidade e nem de segurança dos internautas em relação

² Em março de 2013 as primeiras manifestações contra o aumento da passagem foram em Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul. Ver mais em Sousa e Souza (2013) e Gadea (2013).

³ Para uma discussão sobre os pontos negativos da internet ver Buchstein (1997).

aos seus dados pessoais, além disso, a internet acaba propiciando uma sensação de anonimato, em virtude da ausência do contato presencial, gerando em alguns casos a sensação de impunidade.

Cabe ressaltar, também, que apesar de se constatar um aumento significativo no número de usuários da internet, tal aumento ocorre em proporção superior nas camadas com maior renda e educação da sociedade (WILHELM, 2004). Nos estudos de Wilhelm (2000 e 2004), o autor demonstra que renda, educação, raça, etnia, idade, gênero, localização geográfica e composição familiar continuam a exercer papéis significativos na possibilidade de o sujeito estar *online* ou não. O autor ressaltava que, apesar do acesso familiar à internet estar crescendo, a exclusão digital também aumenta em relação aos grupos sociais menos privilegiados, nos quais não apenas a renda, mas o nível educacional e a raça também são fatores determinantes para estar conectado ou não (WILHELM, 2004). Na mesma linha de análise, Putnam (2015), em estudo qualitativo realizado com jovens norte-americanos, argumenta que ter igual acesso à internet não significa que todos ganhem benefícios iguais. Apesar de crianças de classes mais baixas estarem começando a terem acesso à internet, elas carecem de conhecimento digital para explorarem essa tecnologia de uma forma que aumente suas oportunidades de estudo e de trabalho. No entanto, conforme o autor, pelo menos nesse ponto de sua evolução, a internet se mostra mais provável de ampliar a lacuna de oportunidades do que de diminuí-las.

Ao estabelecer uma relação entre desigualdade de acesso e engajamento político motivados pela internet, Putnam (2015) identificou que, comparados aos mais pobres, os jovens de classes mais altas (e seus pais) estão mais propensos a utilizar a internet para empregos, educação, política e engajamento social, saúde e pesquisas, e menos para entretenimento e diversão (PUTNAM, 2015). Assim, a internet por si só não seria capaz de aumentar a participação ou promover o engajamento político. Esses fatores levantados pela perspectiva pessimista ajudam a entender que essas novas ferramentas de comunicação, que surgiram com o advento da internet, não resultarão, necessariamente, em mais participação e engajamento políticos. Isso não significa negar que a internet facilita uma nova modalidade da sociedade civil pressionar o sistema político, bem como organizar e coordenar mobilizações presenciais e *online*, porém a internet não é uma panaceia para todas

as deficiências da participação política, nem parece se constituir em instrumento de mudança da cultura política característica de determinada comunidade.

Embora ela possa ser pensada como um espaço político que permite ao cidadão ter uma posição que pode se orientar para uma ação política, essa atividade, no entanto, não incita, automaticamente ou imediatamente, um potencial de engajamento cívico nos cidadãos. Segundo os autores Albagli e Maciel (2007) e Freire (2009), tal envolvimento social está além da inclusão digital, tanto que o simples uso das tecnologias e acesso à informação sem um senso crítico não levam à transformação necessária para o cidadão participar da sociedade da informação. É nesse sentido que a cultura política oferece suporte teórico para problematizar a relação da internet com a promoção ou manutenção de valores e crenças políticos dos jovens. Com base nessa discussão, a tese aqui proposta é de que a internet reforça, através da socialização política, a cultura política e o capital social existentes.

Na perspectiva da economia, o relatório do Banco Mundial (2016) relata que os avanços tecnológicos se constituem em uma ferramenta para o desenvolvimento econômico global, capaz de diminuir as desigualdades sociais e econômicas. No entanto, o não investimento por parte dos governantes em acesso universal e de alta velocidade na internet está aumentando as desigualdades sociais e econômicas, especialmente em países em desenvolvimento. O relatório conclui que os benefícios totais da transformação da informação e comunicação somente se tornarão realidade se os países continuarem a melhorar seu clima de negócios, investirem na educação e saúde de sua população e proverem a boa governança. Ou seja, “nos países em que esses fundamentos são fracos, as tecnologias digitais não impulsionam a produtividade nem reduzem a desigualdade” (BANCO MUNDIAL, 2016, p. v). Em via contrária, “os países que complementam investimentos em tecnologia com reformas econômicas mais amplas colhem os dividendos digitais sob a forma de crescimento mais rápido, mais empregos e melhores serviços” (BANCO MUNDIAL, 2016, p. v).

Desse modo, apesar do crescente otimismo sobre o impacto da internet no comportamento político dos cidadãos, não há um consenso sobre sua contribuição para o fortalecimento de práticas cívicas, como a participação e engajamento político, e para mudanças no tipo de cultura existente. É visando problematizar essa lacuna que a presente tese se direciona, visando dar uma contribuição a respeito dos

impactos da internet na política, em especial em relação à cultura política e ao capital social de jovens cidadãos. O problema que norteia essa pesquisa é: *Qual a influência do uso da internet, enquanto mecanismo de socialização política, na cultura política e no capital social de jovens estudantes no Sul do Brasil?* O objetivo central é examinar o uso da internet na constituição de uma cultura política cívica, com capital social, de jovens estudantes no Sul do País. Os objetivos específicos são:

(Obj.1) Contextualizar e examinar o processo de socialização política, internalização de valores e formação de identidades coletivas de jovens estudantes em um contexto de novas tecnologias de informação e comunicação;

(Obj.2) Examinar o papel da internet na apatia e desinteresse políticos, polarização de opiniões políticas, discurso de ódio e intolerância política entre jovens estudantes;

(Obj.3) Verificar os efeitos do uso da internet nos níveis de capital social encapsulado, capital social emancipatório e capital social virtual dos jovens estudantes.

As hipóteses propostas são:

(H1) A internet se constitui em um novo agente socializador político dos jovens e influencia mais quando comparado aos demais meios de comunicação, como televisão, rádio, jornal impresso e revistas;

(H2) Quanto maior o uso da internet maior a apatia e o desinteresse políticos, a percepção de polarização de opiniões políticas, o discurso de ódio político e a intolerância política dos jovens estudantes no Sul do Brasil;

(H3) Quanto maior o uso da internet menor os níveis de capital social encapsulado, capital social emancipatório e capital social virtual dos jovens estudantes no Sul do Brasil.

Estas hipóteses se respaldam, no argumento de Vieira (1984), para quem os meios de comunicação de massa podem ser encarados como instrumentos do campo social, um modo de produção e apresentação do real⁴, e uma das suas formas de

⁴ Em relação às mensagens transmitidas pelos meios de comunicação, é importante ressaltar que, por mais persuasiva que seja a sua decodificação, elas são incontroláveis a *priori* pela mídia, portanto, o resultado inicial na transmissão pode não ser o resultado alcançado na recepção (BOMENY, 1981).

produção é a fragmentação da realidade por intermédio da fragmentação do processo informativo, transformando o todo coerente, o histórico-factual, numa sucessão de eventos independentes entre si, sem conexão e aparentemente portadores de significados autônomos. O papel social da mídia é fruto da visibilidade pública dos meios, o que, segundo Gomes (2008), normalmente é a capacidade mais temida pelo campo político e, talvez, a mais importante do ponto de vista de uma sociedade democrática, visto que "o jornalismo investigativo tem sido um dos instrumentos mais valiosos para submissão à esfera pública de coisas, fatos e circunstâncias que dela queiram, a todo custo, escapar" (GOMES, 2008, p. 151). Por isso, os meios de comunicação demarcam seu papel nos processos políticos através da difusão da informação que é um elemento essencial para garantir uma democracia de qualidade.

Assim a relação entre meios de comunicação e sua influência nas atitudes e nos comportamentos políticos dos cidadãos, na estruturação de uma cultura política, mostra-se relevante, tanto do ponto de vista teórico quanto prático. Na área da comunicação, segundo Wolf (1995), os estudos que avaliam os efeitos dos meios de comunicação na população, em um primeiro momento, concentraram-se nas mensagens emitidas pelas mídias e seu efeito nos cidadãos (alguns exemplos são WRIGHT, 1975 e LASSWELL, 1948) e, no segundo momento, no processo de seleção, produção e divulgação das informações através das mídias (alguns exemplos são SHAW, 1979 e ROBINSON, 1981). Na primeira fase, foram desenvolvidas a Teoria Hipodérmica⁵, a Teoria da Persuasão⁶, a Teoria dos Efeitos Limitados⁷, a

⁵ A Teoria Hipodérmica - também conhecida como Teoria dos Efeitos Ilimitados - estudou a mídia a partir das premissas behavioristas. A elaboração desse modelo é durante o período entre a Primeira e a Segunda Guerra Mundial, a sua perspectiva é de que uma mensagem lançada pela mídia é imediatamente aceita e disseminada entre todos os receptores, em igual proporção, sem resistência. Em 1948, Lasswell cria um modelo para superar a teoria hipodérmica, o qual a forma adequada para se descrever um ato de comunicação é responder às perguntas: quem, diz o que, em que canal, a quem e com que efeito. As principais características desse modelo são: a comunicação é intencional, consciente e voluntária, além de individual, ou seja, os papéis do emissor e receptor surgem isolados. O esquema de Lasswell organizou a *communication research*, que traz a análise dos efeitos e a análise dos conteúdos.

⁶ A Teoria da Persuasão afirma que a mensagem da mídia não é prontamente assimilada pelo indivíduo, pois é submetida a diversos filtros psicológicos individuais. Portanto, os efeitos da mídia não seriam de manipulação, mas de persuasão.

⁷ A Teoria dos Efeitos Limitados está baseada na sociologia, enfatizando que a mídia cumpre papel limitado no jogo de influência das relações comunitárias. Ou seja, a mídia é apenas mais um instrumento de persuasão na vida social, uma vez que é apenas parte desta. A teoria demonstra que o alcance das mensagens midiáticas depende muito mais do contexto social do que psicológico dos indivíduos. Uma das principais contribuições é o estudo de Lazarsfeld, em 1944, sobre o impacto dos meios de comunicação no voto, no qual aponta que as ideias veiculadas na mídia passariam para os líderes de opinião, que as transmitiam para os setores menos ativos da população.

Teoria Funcionalista⁸, a Teoria Crítica⁹ e a Teoria Culturológica¹⁰. A partir de 1970, começa a segunda fase dos estudos sobre os efeitos dos meios de comunicação, na qual foram desenvolvidos a Teoria do Agendamento¹¹ e o *Gatekeeper* e *Newsmaking*¹².

Na Ciência Política, apesar dos trabalhos sobre os meios de comunicação estarem mais focados nas eleições e pesquisas de opinião pública (MIGUEL, 1998 e 2003; BOURDIEU, 1973), aborda-se, também, o impacto dos meios de comunicação na consolidação da democracia (ENTMAN, 1989; PUTNAM, 2002), construindo duas perspectivas: a teoria da mobilização e dos efeitos negativos. Tais perspectivas analisam as consequências do uso dos meios de comunicação no engajamento político dos cidadãos, em maior escala da televisão, porém nas duas últimas décadas a internet tem assumido centralidade, sobretudo em relação aos efeitos de seu uso.

Na teoria da mobilização (NORRIS, 2000; POLAT, 2005; RECUERO, 2009; KENSKI e STROUD, 2006), há uma visão de que a internet promove o engajamento cívico e estimula a participação política, pois diminui as barreiras da participação política. Nesta direção, o estudo de Norris (2000) destaca que a internet fortalece a democracia porque ela empodera novos cidadãos a se tornarem politicamente ativos. Os estudos que se enquadram nessa perspectiva trabalham com a relação positiva entre o uso da internet e o engajamento político (NORRIS, 2000; POLAT, 2005), a participação política (NORRIS, 2000; KENSKI e STROUD, 2006), o capital social (RECUERO, 2009) e a socialização política (OWEN, 2008).

⁸ A Teoria Funcionalista não estuda os efeitos e sim as funções exercidas pela mídia. Este modelo definiu a problemática dos meios de comunicação a partir do ponto de vista do funcionamento da sociedade e da contribuição que dão a esse funcionamento.

⁹ A Teoria Crítica, inaugurada pela Escola de Frankfurt, parte das teorias marxistas e investiga a produção midiática como típico produto da era capitalista. Através destes estudos surge o conceito de Indústria Cultural.

¹⁰ A Teoria Culturológica procurou definir a natureza da cultura das sociedades contemporâneas. Os estudiosos desse modelo veem a cultura como uma fabricação dos meios de comunicação, que fornecem às massas aquilo que elas desejam, ou seja, uma informação transformada por imagens de grande venda.

¹¹ A Teoria do Agendamento traz para o debate sobre os meios de comunicação o seu poder de agendamento, a sua capacidade de inserir na pauta das conversações determinados assuntos. Este modelo trabalha com o conceito de agenda Setting, que trabalha com a perspectiva de que a mídia pode não mudar o que indivíduo pensa, mas influenciar sobre o que eles pensam.

¹² Estes dois últimos modelos analisam o comportamento dos profissionais da comunicação. Os estudos sobre os *Gatekeepers* (o “porteiro da redação”) analisam o comportamento do profissional que define o que será publicado, conforme o valor da notícia. E o conceito de *Newsmaking* (a tomada de notícias) diz respeito ao editor, analisando o comportamento deste na configuração final do noticiário (seja impresso ou eletrônico), bem como os que terão destaque.

Norris (2000) conclui que, tanto nos EUA quanto na Europa, há uma relação positiva do uso dos meios de comunicação e engajamento cívico e participação política. A autora conclui que isso é devido a um ciclo virtuoso entre a predisposição do indivíduo por assuntos políticos e o maior contato com os meios de comunicação, o que representa um processo interativo que gradualmente estabelece um efeito positivo sobre a democracia. Assim como Norris (2000), os demais estudos que se enquadram nesse campo (POLAT, 2005; KENSKI e STROUD, 2006; RECUERO, 2009) acreditam nessa relação positiva pelo fato de que a internet possibilita amplo acesso à informação, fazendo com que o cidadão ao estar bem informado seja capaz de se engajar, ou, para o que já é predisposto a participar, aumente seu nível de engajamento. Tal conclusão, entretanto, é problemática, principalmente no caso do Brasil, onde há não só uma elevada desigualdade social, mas também desigualdade de acesso à tecnologia. Pensa-se que não se pode afirmar que por acessar a internet o indivíduo automaticamente será mais ativo politicamente, porém é plausível a ideia de que indivíduos ativos na política tendem a permanecer e/ou aumentar isso com o acesso à internet.

Em contrapartida a esta teoria, as pesquisas da perspectiva dos efeitos negativos (PUTNAM, 2002; BOULIANNE, 2009; PATTERSON, 2000) trabalham com a relação negativa entre o uso da internet e o engajamento político, devido ao isolamento que esta tecnologia cria (PUTNAM, 2002) e pela forma como está sendo usada (BOULIANNE, 2009). Segundo Boulianne (2009), a internet prejudica o engajamento, pois está sendo usado, nesse primeiro momento, para entretenimento e não para informação. Além disso, Patterson (2000) destaca a negatividade das notícias vinculadas, que acabam por desestimular o interesse na política.

Putnam (2002), em um estudo nos EUA, concluiu que a TV é a principal responsável pela degradação do capital social, devido ao consumo do entretenimento. Apesar de ser um estudo, especificamente sobre a TV, dependendo do contexto estudado, a internet poderia seguir o mesmo caminho, ou seja, uma relação negativa com o engajamento cívico. O autor acredita que a televisão destrói o capital social por substituir as interações e atividades sociais dos indivíduos. Soma-se a isso a descoberta de que os indivíduos que acessam a TV mais com o intuito de entretenimento apresentam menor confiança e predisposição para participar de atividades em grupos (PUTNAM, 2002).

Assim como não se pode assumir o determinismo da teoria de mobilização, também não se pode assumir a dos efeitos negativos. Ou seja, a internet não induz automaticamente ao aumento ou diminuição do engajamento cívico e da participação política, bem como não deve ser o único fator a ser considerado quando acontecem alterações desses níveis. Segundo Wellman *et al.* (2001), existem três possíveis resultados com o uso da internet: (1) a internet transformaria o capital social, quando, ao ampliar a difusão, ela reestabelecesse um senso de comunidade e engajamento de grupos em participar politicamente; (2) a internet diminuiria o capital social, quando ao possibilitar entretenimento, ela afastasse as pessoas e reduzisse o interesse na comunidade e na política; e (3) a internet suplementaria o capital social, quando ao se adicionar a configuração já existente de mídia, ela facilitaria as relações sociais e os padrões de engajamento cívico e socialização.

Pensa-se que tais análises, independente da perspectiva adotada, não consideram o contexto no qual o cidadão está inserido: a história, a cultura política e o cenário conjuntural. Para uma análise, que contribua além da concepção de que a internet só pode impactar de uma maneira nas atitudes e nos comportamentos políticos (positiva ou negativamente), é necessário trabalhar com uma lógica na qual a internet faz parte de um processo (ou seja, que começa na socialização política para constituir a cultura política e o capital social) e está sendo utilizada em uma determinada sociedade (ou seja, já existem determinados valores que influenciam na forma como a internet vai ser utilizada, cada realidade influenciará de forma diferente o uso da internet). É visando preencher essa lacuna que se orienta esta tese, buscando compreender a influência da internet nas atitudes e no comportamento dos jovens, via processo de socialização política.

É importante ressaltar que, nos estudos direcionados para o público jovem, encontram-se trabalhos mais focados com os efeitos da internet na socialização política dos jovens (OWEN, 2008; SWINARSKI, PARENTE e NOCE, 2010; BARBER, 2013; ROBALLO, 2011; ANDERSON e MCCABE, 2012). E escassos trabalhos sobre os efeitos da internalização de valores através da internet na constituição de cultura política e capital social. Também cabe salientar que, apesar de significantes tais estudos sobre socialização política, continua a existir na Ciência Política um déficit de trabalhos com foco nos jovens (SPOSITO, BRENNER e MORAES, 2009).

Este déficit não tem permitido que o processo, que compreende desde a socialização política, através da internalização dos valores, até a constituição da cultura política e do capital social, seja avaliado como um todo, produzindo conclusões pouco explicativas e esclarecedoras a respeito do impacto da internet nos jovens. Ou seja, o efeito da internet na socialização poderia ser positivo, visto que a internet está se constituindo um novo agente socializador, porém, não há clareza quanto a influência da internet na construção de uma cultura política ou constituição de capital social. Uma avaliação que considere o impacto da internet desde a socialização do jovem até a constituição da cultura política e capital social juvenil pode contribuir com uma análise mais compreensiva sobre esse impacto e, também, proporcionar subsídios sobre como a internet se constitui em um mecanismo de continuação e reafirmação dos valores existentes na sociedade.

Com base nessas afirmações, o enquadramento teórico desta tese se apoia na cultura política, no capital social e na socialização política. Metodologicamente, segue o protocolo quantitativo. Os métodos utilizados para responder ao problema proposto são quantitativos, com pesquisa tipo *survey*, e qualitativo, com entrevistas em profundidade, através de um questionário semiestruturado. A operacionalização do conceito juventude utiliza a definição da ONU, na faixa etária de 15 a 24 anos.

1.1 METODOLOGIA

A pesquisa tipo *survey* é um método quantitativo que permite estudar a população a partir de uma amostra, por meio de um questionário. Segundo Babbie (1999), o questionário tem as respostas codificadas e registradas de forma quantitativa, que são analisadas e podem ser generalizadas para a população. A pesquisa tipo *survey* busca descobrir regularidades em atitudes e comportamentos das pessoas sobre determinados assuntos, nesse sentido "*surveys* estão preocupados com as características demográficas, o ambiente social, as atividades, ou as opiniões e atitudes de um grupo de pessoas" (BAQUERO, 2009, p. 33).

Para esta tese, a pesquisa tipo *survey* utilizada foi realizada pelo Núcleo de Pesquisa sobre a América Latina (questionário no Anexo 1). Para cumprir os objetivos propostos e realizar a análise de dados foram utilizados dados da investigação

desenvolvida nas cidades de Porto Alegre/ RS (entre abril e junho de 2015), com 690 jovens, Florianópolis/SC (entre maio e junho de 2016), com 571 jovens, e Curitiba/PR (em abril de 2016), com 774 jovens, de 13 a 24 anos¹³ de escolas públicas e privadas (do 1º ao 3º ano do ensino médio). O cálculo desta pesquisa está no Anexo 2. Além desta pesquisa, para uma contextualização da socialização política, da cultura política e do capital social juvenil, bem como uma possível comparação com o contexto atual, são utilizados dados da pesquisa desenvolvida na cidade de Porto Alegre, com 500 jovens de 11 a 23 anos de escolas públicas e privadas, no ano de 2002.

Após uma análise dos dados levantados com a pesquisa *survey* de 2015, verificou-se a necessidade de realizar entrevistas em profundidade, com vistas, não só, a aprofundar os dados já coletados, mas também compreender outras variáveis que foram identificadas com a pesquisa quantitativa, como o caso de percepção de polarização de opiniões políticas, de discurso de ódio e de intolerância política, importantes para as análises desta tese. A entrevista em profundidade é uma técnica qualitativa que explora determinado assunto, com o intuito de procurar informações, percepções e experiências dos entrevistados para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada e mais aprofundada. É o tipo de entrevista na qual o pesquisador estabelece uma direção geral para a conversação e persegue tópicos específicos. Um dos pontos fortes desse tipo de entrevista é a flexibilidade (BABBIE, 1999). As entrevistas em profundidade analisadas, com um questionário semiestruturado (Anexo 3), também foram realizadas pelo Núcleo de Pesquisa sobre a América Latina com 31 jovens estudantes de Porto Alegre/RS entre 15 e 24 anos, no mês de outubro de 2015.

A partir dos dados quantitativos se contextualiza e examina descritivamente o processo de socialização política neste contexto de novas tecnologias, através de frequências e cruzamentos. Sendo possível identificar a importância da internet na socialização política dos jovens, bem como a influência dos demais agentes socializadores.

¹³ Apesar da pesquisa utilizar a definição de juventude da ONU, de jovens entre 15 e 24 anos, em algumas turmas de primeiro ano foram encontrados estudantes de 13 e 14 anos que foram incluídos no banco. O Anexo 5 apresenta a distribuição de entrevistados por idade.

Para examinar a constituição da cultura política juvenil, os dados quantitativos também são analisados descritivamente, com frequências, e complementados com uma análise longitudinal com os dados de 2002. Para testar a inferência do uso da internet na constituição de cultura política juvenil (H2), são analisados os cruzamentos entre o tempo de uso da internet (variável independente) e as variáveis de interesse e apatia política (variáveis dependentes), com teste de Qui-quadrado de Pearson. O Qui-Quadrado é um teste de hipóteses que se destina a encontrar um valor da dispersão para duas variáveis nominais e avaliar a associação existente entre variáveis. Quando seu valor é igual ou menor que 0,05 as variáveis analisadas apresentam associação, podendo se afirmar que os dados possuem significância.

Para complementar esta análise, são analisados resultados de regressões lineares múltiplas entre as variáveis de cultura política (dependentes) e algumas variáveis independentes (como renda, idade e outras variáveis de socialização política). A regressão linear múltipla é feita para prever a relação das variáveis independentes e dependentes. O coeficiente de correlação linear é um número puro que varia de -1 a +1 e sua interpretação dependerá do valor numérico e do sinal: -1 = correlação perfeita negativa; -1 até 0 = correlação negativa; 0 = correlação nula; 0 a 1 = correlação positiva; 1 = correlação perfeita positiva; (-) ,2 a (-) ,4 = correlação fraca; (-) ,4 a (-) ,7 = correlação moderada; (-) ,7 a (-) ,9 = correlação forte.

Os dados qualitativos complementam a análise da constituição da cultura política juvenil, dando suporte para examinar a existência das variáveis percepção de polarização de opiniões políticas, discurso de ódio e intolerância política com o advento da internet. É feita a análise de conteúdo das respostas dos 32 jovens, através da categorização de frases que identificam essas três variáveis. Esta mesma análise também é utilizada para avaliar quais implicações do desinteresse por política, da intolerância política, da percepção de polarização de opiniões políticas e da disseminação de discurso de ódio na percepção dos jovens em relação à democracia, categorizando frases a partir das opiniões favoráveis ou não em relação ao uso da internet ser capaz de fortalecer a democracia.

Os efeitos do uso da internet nos níveis de capital social encapsulado, emancipatório e virtual dos jovens são analisados de forma descritiva, através dos dados quantitativos, com frequências. Para testar a inferência do uso da internet e os

níveis de capital social é feita uma análise fatorial com as variáveis dos três tipos de capital social, para assim serem gerados índices de capital social. Com os índices são feitas análises de cruzamento com o tempo de uso da internet e o teste Qui-quadrado. Para complementar esta análise, são analisados resultados de regressões lineares múltiplas entre os índices de capital social e algumas variáveis independentes.

1.2 ESTRUTURA DA TESE

A estrutura da tese está dividida, além do capítulo introdutório em quatro capítulos e as conclusões. O capítulo dois consiste em um enquadramento teórico, com a discussão dos conceitos que dão suporte para as análises a serem feitas nos capítulos posteriores: socialização política, cultura política, capital social e teorias dos efeitos da internet. Os capítulos 3, 4 e 5 se constituem em capítulos analíticos: o capítulo 3 examina a internet como um agente socializador; o capítulo 4 analisa a influência da internet na cultura política; e o capítulo 5 discute os efeitos da internet na constituição de capital social. Por fim, a última seção apresenta as conclusões da tese.

O capítulo dois envolve uma problematização teórica sobre socialização política, cultura política, capital social e juventude, bem como, uma discussão sobre as teorias dos efeitos da internet nas atitudes e comportamentos políticos de jovens, trabalhando com duas perspectivas: teoria da mobilização (perspectiva otimista) e efeitos negativos (perspectiva pessimista).

No Capítulo 3 discute-se a internet como um novo agente socializador político dos jovens, verificando as implicações disto para a internalização de valores e formação de identidades coletivas; visto que são aspectos importantes para a construção da cultura política e do capital social. Para corroborar com este debate, analisa-se os dados da pesquisa tipo *survey*, feita pelo NUPESAL, em 2015 e 2016. Com isso, contempla-se o primeiro objetivo da tese nesse capítulo: “contextualizar e examinar o processo de socialização política, internalização de valores e formação de identidades coletivas de jovens estudantes em um contexto de novas tecnologias de informação e comunicação”. Também se verifica a primeira hipótese de que “(H1) a internet se constitui em um novo agente socializador político dos jovens e influencia

mais quando comparado aos demais meios de comunicação, como televisão, rádio, jornal impresso e revistas”.

Realiza-se, no Capítulo 4, uma discussão que busca compreender as consequências do uso da internet para a cultura política de jovens estudantes, através da análise dos dados sobre as variáveis apatia, desinteresse, polarização de opiniões políticas, disseminação do ódio e intolerância política, coletados na pesquisa tipo *survey* e nas entrevistas em profundidades, realizadas pelo NUPESAL, em 2015 e 2016. Ainda nesse capítulo, através dos dados qualitativos, analisa-se a percepção do impacto da internet no fortalecimento ou não da democracia brasileira. Esse capítulo orienta-se no sentido de responder o segundo objetivo da tese “examinar o papel da internet na apatia e desinteresse políticos, polarização de opiniões políticas, discurso de ódio e intolerância política entre jovens estudantes”. E testar a hipótese de que “(H2) quanto maior o uso da internet maior a apatia e o desinteresse políticos, a percepção de polarização de opiniões políticas, o discurso de ódio político e a intolerância política dos jovens estudantes no Sul do Brasil”.

No Capítulo 5 apresenta-se uma análise da influência da internet nos níveis de capital social encapsulado, emancipatório e virtual de jovens estudantes, a partir das variáveis de capital social identificadas por Putnam (2005): confiança interpessoal, confiança institucional e participação política (com os dados da pesquisa tipo *survey* realizada pelo NUPESAL, em 2015 e 2016). Busca-se alcançar o terceiro objetivo proposto pela tese de “verificar os efeitos do uso da internet nos níveis de capital social encapsulado, capital social emancipatório e capital social virtual dos jovens estudantes”, testando-se a hipótese de que “(H3) quanto maior o uso da internet menor os níveis de capital social encapsulado, capital social emancipatório e capital social virtual dos jovens estudantes no Sul do Brasil”.

Para concluir, no Capítulo 6 debate-se os resultados, as implicações teóricas e algumas conclusões sobre os dados analisados nos capítulos anteriores. Faz-se uma avaliação dos efeitos da internet nos jovens como um processo que afeta desde a socialização política, interferindo na internalização de valores e formação de identidades, até a constituição da cultura política juvenil e os seus níveis de capital social. Apresenta-se no Anexo 4 uma síntese da tese, bem como das variáveis utilizadas para alcançar os objetivos propostos.

2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO

A democratização foi o principal fenômeno político, no Brasil, na década de 1980, ressuscitando o interesse na Ciência Política sobre a relação entre democracia e cultura política, destacando a democratização como um processo abrangente de transformação do comportamento e das atitudes políticas dos indivíduos. Aspecto não menos importante foi a realização de estudos sobre a relação entre Estado e sociedade, com base na postulação de que a consolidação da democracia não deriva unicamente do desempenho das instituições, mas também nos valores, crenças e atitudes dos cidadãos em relação à política. Os estudos produzidos neste sentido orientavam-se para tentar responder a seguinte questão: qual a importância de uma cultura política participante no desenvolvimento da democracia?

Responder a esta questão, remete para a necessidade de refletir a respeito da polissemia do conceito de democracia¹⁴, que está em constante mutação desde sua origem nas teorias clássicas¹⁵. Atualmente, a bibliografia sobre democracia distingue basicamente, duas correntes teóricas: a teoria minimalista¹⁶ e a teoria ampla¹⁷. A teoria minimalista parte da concepção de que um regime democrático é apenas um método de escolha dos governantes, ou seja, a única forma de democracia possível seria a representativa (SCHUMPETER, 1961; SARTORI, 1994; DAHL, 1997). A teoria ampla de democracia trabalha com o conceito de representação para além do voto, protagonizando o cidadão de forma participativa no processo político de tomada de decisões (PATEMAN, 1992) ou de forma deliberativa na esfera pública (HABERMAS, 1995).

Na teoria ampla, segundo Vitullo (1999), seja no modelo de democracia participativa ou no modelo de democracia deliberativa, a democracia não se constitui, unicamente, em um método de seleção de líderes por parte de cidadãos desinformados, desinteressados e apáticos, mas uma forma de estimular o interesse

¹⁴ O objetivo não é fazer uma revisão do conceito – pois muitos trabalhos já se debruçaram sobre o tema (SCHUMPETER, 1961; DAHL, 1997 e 1998; HUNTINGTON, 1991; BOBBIO, 1998; SEN, 2000; LIJPHART, 2011, entre outros) –, mas responder ao questionamento feito através de um posicionamento sobre o conceito.

¹⁵ Os teóricos clássicos da democracia: Locke, Rousseau, Tocqueville e Mill. Alguns estudos sobre a democracia clássica dos gregos: Hegel (1975) e Arendt (1995). E sobre a evolução da democracia clássica até a democracia contemporânea: Dahl (2001).

¹⁶ Também conhecida como teoria elitista ou procedimental.

¹⁷ Também conhecida como teoria participativa.

e o engajamento em organizações políticas¹⁸, para construir democracias consideradas fortes (JENKINS e THORBURN, 2003). Deste tipo de democracia se espera uma atuação maior dos cidadãos na política (BOHMAN, 2007), requerendo tanto que os cidadãos participem mais em atividades cívicas e colaborem para a criação de laços e associações com os atores políticos envolvidos, quanto que tomem decisões precedidas de discussões na esfera pública.

Além dessas perspectivas, cabe referir o debate sobre a qualidade da democracia¹⁹, visto que a democracia brasileira demonstra avanços nos procedimentos formais, porém com estagnação social e econômica. Tal incongruência, embora não provoque riscos à curto prazo para democracia, sinaliza para a baixa participação que compromete a sua qualidade. Nesse sentido, pesquisas (DIAMOND e MORLINO, 2004²⁰; LEVINE e MOLINA, 2007²¹; INSTITUTO FREEDOM HOUSE²²) buscaram construir indicadores capazes de medir a qualidade da democracia de um país. Segundo Diamond e Morlino (2004), nenhum regime pode ser considerado uma democracia, a menos que conceda a todos os seus cidadãos adultos direitos formais de participação política, incluindo o direito de voto, além de assegurar a possibilidade de organização, associação e manifestação. Em uma democracia onde há o direito de participar, e não há participação, não é vista como uma democracia de qualidade (DIAMOND e MORLINO, 2004). Nessa perspectiva, Dalton e Welzel (2014a) argumentam que recursos e valores participativos multiplicam os componentes materiais e motivacionais do poder popular, enfatizando que somente com igualdade de recursos e valores participativos a democracia pode funcionar efetivamente.

¹⁸ É necessário destacar que esse debate sobre a participação política não é um debate atual, autores clássicos como Rosseau (1978) e Tocqueville (1962) já descreveram a importância da participação na instituição de um Estado democrático.

¹⁹ Algumas sugestões de leituras sobre qualidade da democracia: Diamond e Morlino (2004), O' Donnell, Cullell e Iazetta (2004) e Mainwaring, Bejarano e Leongómez (2006).

²⁰ Diamond e Morlino (2004) indicam oito dimensões para medir a qualidade da democracia: estado de direito; participação; competição; *accountability* vertical; *accountability* horizontal; respeito das liberdades civis e políticas, implementação progressiva de maior igualdade política; responsividade.

²¹ Levine e Molina (2007) indicam cinco dimensões para medir a qualidade da democracia: decisão eleitoral; participação; responsividade; *accountability*; soberania.

²² O Instituto Freedom House, que desenvolve uma pesquisa sobre o estado da liberdade, em 195 países, indica três dimensões: desenvolvimento de direitos políticos; liberdades civis e grau de liberdade.

Considerando as expectativas tanto da teoria ampla, bem como da qualidade da democracia, nas quais a participação e o engajamento político dos cidadãos podem criar conexões com atores políticos e desenvolver uma consciência coletiva sobre os assuntos da sociedade (HELD, 2006), a importância de uma cultura política caracterizada pela participação para a democracia está na estabilidade, no avanço e na qualidade do regime, bem como em melhorias sociais e econômicas. Nesse sentido, estudar a participação política dos cidadãos, seja formal ou informal, pelos canais de comunicação tradicionais ou pelas novas tecnologias, em especial em democracias recentes como a brasileira, importa. Especialmente, quando se trata da participação política dos jovens, que estão construindo sua visão de mundo e de política, além de abrir espaço para sua presença na sociedade. Nesse contexto, a internet vem se tornando um espaço alternativo de participação política para os jovens, colocando para o debate seu potencial para contribuir com a qualidade da democracia, através do fomento de uma cultura política participativa.

Para Lattman-Weltman (2003), não se pode negar que a mídia é hoje a instituição mais decisiva para a qualidade do exercício da cidadania no Brasil democratizado. Pois ela impõe suas coordenadas e linguagens específicas sobre as estratégias para as principais disputas eleitorais; fornece os principais elementos simbólicos e cognitivos para a escolha do eleitor; forja – conscientemente ou não, deliberadamente ou não – consensos sobre a pauta política e institucional; define, de um modo ou de outro, a agenda pública, dos seus termos mais gerais a alguns dos mais específicos²³ (LATTMAN-WELTMAN, 2003).

Na interação entre internet e política, está localizado o jovem com suas atitudes, crenças, valores, comportamento e orientações políticas. A internet passa a ser vista como agente de socialização política dos jovens, uma vez que influencia diretamente como eles recebem informações e constroem seu conhecimento político. Nesse cenário, a internet vem sendo pesquisada tanto pelos seus efeitos negativos²⁴,

²³ Para além dessas características das mídias, é importante destacar que os avanços nas tecnologias de informação, que permitem o grande fluxo instantâneo de informações, impactaram significativamente a política, tanto nos processos eleitorais quanto nas decisões governamentais, e a sociedade, com a facilidade no acesso às informações e as novas formas de interação social.

²⁴ Putnam (1995 e 2002); Patterson (1998 e 2000); Mervin (1998); Negrine (1996); Capella e Jamieson (1997).

como a responsável pela apatia política e a desconfiança generalizada, quanto pelo seu potencial mobilizador na cultura política, pela capacidade de informar²⁵.

Parte-se do posicionamento de que a natureza positiva ou negativa da internet pode ser melhor compreendida com base no processo de socialização política, da cultura política e do capital social. Assim, inicialmente, é examinado o processo de socialização política dos jovens. Na segunda parte é analisada a importância de uma cultura política cívica para a democracia, bem como o levantamento das características da cultura política e os níveis de capital social dos jovens brasileiros, objetivando avaliar se a internet corrobora para um comportamento cívico por parte dos jovens.

2.1 SOCIALIZAÇÃO POLÍTICA

A constituição de atitudes e comportamentos políticos é o resultado das vivências dos indivíduos com a dimensão cultural da sociedade, através da socialização. Em um sentido amplo, a socialização política é o processo de transmissão de valores e expectativas da cultura política existente na sociedade²⁶. Os estudos seminais sobre esse tema, datados dos anos de 1950 e 1960²⁷, como de Hyman (1959), Hess e Torney (1967), Easton e Dennis (1969) e Dawson e Prewitt (1969), são marcados pela análise de socialização infantil e influência da família²⁸. A partir dos anos de 1970²⁹, com Jennings e Niemi (1974), começaram a analisar a socialização de adolescentes e adultos, bem como se identificaram outros agentes socializadores além da família³⁰.

Nos estudos que destacavam a importância da socialização infantil, sugeriam que essa seria a etapa decisiva para a constituição de atitudes políticas dos indivíduos (EASTON e DENNIS, 1969). Os estudos de Percheron (1971) e Almond e Powell

²⁵ Norris (1999), Newton (1999) e Matos (2007).

²⁶ Almond e Powell (1972) definem socialização política como o processo pelo qual as culturas políticas são mantidas ou transformadas.

²⁷ Esses estudos são conhecidos como a primeira etapa de estudos sobre socialização política norte-americanos.

²⁸ Sobre a socialização no cotidiano da vida familiar ler os estudos: Greenstein (1965) e Jennings e Niemi (1968).

²⁹ A segunda etapa dos estudos norte-americanos sobre socialização política.

³⁰ Socialização na escola (JENNINGS e NIEMI, 1974; EHMAN, 1980).

(1972) enfatizaram que a socialização política não ocorre somente na infância, mas sim por toda vida. Tal perspectiva ganhou mais relevância com as obras de Jennings e Niemi (1974) e uma coletânea de Sigel (1989), postulando que a socialização política seria um processo permanente, através das experiências que o indivíduo teve ao longo de sua vida³¹.

A socialização política passou também a ser vista com o desenvolvimento cognitivo (PIAGET, 1977; VIGOTSKY, 1996) e com a educação cívica do sujeito (NIEMI e HEPBURN, 1995)³². Vigotsky (1996) argumentava que no seu desenvolvimento cognitivo, os indivíduos sofrem a influência do meio histórico e social. Piaget (1977), por sua vez, salienta a evolução por estágios no desenvolvimento cognitivo do sujeito. Já a educação cívica é um mecanismo de difusão sistemática de conhecimento sobre o governo e os assuntos públicos, visto que não há reprodução automática de atitudes e valores democráticos (NIEMI e HEPBURN, 1995).

Na Ciência Política, Easton e Dennis (1969) destacam que não basta ter uma teoria da socialização política, é necessária uma teoria política da socialização política, capaz de analisar a esfera partidária e a estabilidade sistêmica, ou seja, que vincula a socialização política com a manutenção do sistema. Tal perspectiva é voltada para as consequências da socialização política para o sistema político como um todo. E esta perspectiva adotada na tese utiliza o conceito de socialização política focalizada nos indivíduos em particular e como internalizam valores, normas e crenças na constituição de uma cultura política juvenil.

Neste processo de socialização política a transmissão de atitudes políticas, segundo Almond e Coleman (1969), pode ocorrer de forma latente ou manifesta. A socialização latente ocorre quando a transmissão de atitudes e orientações políticas é feita de maneira difusa e não programada, tanto pela família como pelas demais

³¹ Nesse sentido, Berger e Luckmann (1985) propõem a existência do que eles denominam de socialização primária e socialização secundária. A primária seria a socialização na infância, marcada pela influência da família. Enquanto, a secundária seria a sequência do processo de socialização.

³² A Comissão Europeia vem trabalhando com o conceito de competência cívica. Este conceito está ancorado na idéia do indivíduo ser educado para a democracia, justiça, igualdade, cidadania e direitos civis, bem como caracterizado por habilidades, como a capacidade de se relacionar em público, demonstrar solidariedade com a comunidade, criticar construtivamente a sua participação, tomar decisões em todos os níveis. A competência cívica é entendida como a capacidade necessária para que as pessoas se tornem cidadãos ativos (HOSKINS *et al.*, 2008).

instituições. Já a socialização manifesta ocorre quando a transmissão é explícita, feita pelas agências diversas de socialização³³ (família, escola, igreja, ambiente de trabalho, meios de comunicação, partidos políticos e pares). Almond *et al.* (2008) destacam três aspectos da socialização política: o primeiro, como a socialização pode ocorrer (latente ou manifesta); o segundo, a socialização é um processo constante de experiências que impactam nas atitudes políticas, que impactam mais na juventude; e, terceiro, os padrões de socialização provocam unificações ou divisões na cultura política de uma sociedade.

Nas pesquisas sobre socialização no Brasil (BAQUERO, 1997; SCHMIDT, 2001; NAZZARI, 2005; BAQUERO e BAQUERO, 2007; BAQUERO e CUNHA, 2010; ROBALLO, 2011, LUCAS, 2003; SILVEIRA e AMORIM, 2005), os autores destacam que a socialização infantil é essencial para constituição de atitudes políticas, mas que as experiências cotidianas também podem afetar as atitudes por toda vida do indivíduo. Tais pesquisas constataram que uma parcela significativa dos jovens brasileiros não simpatiza com nenhum partido político, não possui interesse na política, não participa e não confia de forma geral nas instituições políticas³⁴. Keil (2004) afirma que grande parte do desinteresse pelo campo político, atualmente, está na ausência ou inadequação da socialização política da criança e do jovem pela família, escola e partido político, o que impacta na ausência de valores políticos durante a formação do jovem brasileiro. O que para Baquero (2011, s/p), em uma sociedade, como a brasileira, que é caracterizada por desigualdades sociais e políticas, “o processo de formação de atitudes políticas tende a se manifestar de forma incongruente, produzindo uma cultura política híbrida”.

O conceito de socialização política ajuda a compreender a ligação entre juventude, política e internet, considerando que é uma fase preparatória para vida política e de desenvolvimento das capacidades e atitudes que podem estimular a constituição de uma cultura política participativa³⁵. É necessário considerar nesse

³³ O estudo brasileiro de Schmidt (2000 e 2001) demonstra que as principais agências socializadoras são: família, escola e mídia.

³⁴ Além disso, Baquero (2011, p. 23) destaca que “a socialização política é um elemento que só pode ser compreendido no conjunto do sistema político; sua função é propiciar condições psicoculturais favoráveis à persistência do sistema; mas persistência inclui tanto estabilidade, quanto mudança, e a socialização não se confundem com a reprodução do status quo, na medida em que pode potencializar os elementos de instabilidade”.

³⁵ Para Castro (2009, p.480) “o conceito de socialização política ilumina justamente o processo de preparação dos jovens frente a assumir e exercer a atividade política conforme os modos convencionais

processo a cultura política existente no Brasil, pois a transmissão de valores políticos depende também da história e do contexto cultural do país.

No passado a socialização política incorporava os valores e expectativas da cultura política por um processo intergeracional, através, principalmente, da família e da escola, atualmente, isso acontece de forma híbrida, com as novas tecnologias de informação e comunicação³⁶. A internet é, assim, considerada uma nova agência socializadora e, por seu caráter interativo, participativo e de comunicação bilateral (CASTELLS, 2009; OLIVEIRA, 1997), pode colaborar, através da socialização política, para o surgimento de um novo tipo de cultura política juvenil no país. As questões utilizadas para essa compreensão contemplam o tempo, em horas, que os jovens ficam conectados na internet, como eles utilizam a internet e suas redes sociais, os agentes socializadores que influenciam na formação da opinião política e na participação política, o uso dos meios de comunicação para informação sobre política, a influência da internet na forma de agir e pensar dos jovens e os grupos escolhidos para conversar sobre política.

2.2 CULTURA POLÍTICA

Pode-se destacar que a relação entre regime político e cultura política já era observada, em outros termos, em teóricos clássicos como Platão³⁷, Aristóteles³⁸,

e estabelecidos pelas gerações anteriores. [...] Portanto, o conceito de socialização política indica, num primeiro plano, o processo de preparação ou habilitação que se faz necessário para que os jovens possam participar da atividade política". E de acordo com Nazzari (2010), o empoderamento dos jovens através do processo de socialização política é uma alternativa relevante para promover a inclusão e participação destes sujeitos nos espaços democráticos.

³⁶ Não é novidade que os meios de comunicação desempenham o papel de agente socializador, principalmente, pelo fato de interagirem com as demais agências socializadoras (família, escola e pares) e, em muitos casos, sobrepõem a sua ação comunicativa.

³⁷ Platão fala que as aristocracias, oligarquias, políticas democráticas e os homens derivam de características estruturais e desempenho a partir de valores, atitudes e experiências de socialização (ALMOND, 1989).

³⁷ Aristóteles não só atribui importância às variáveis de cultura política, mas trata, por um lado, sua relação com variáveis de estratificação social, e por outro, da estrutura política e as variáveis de performance (ALMOND, 1989).

³⁸ Aristóteles não só atribui importância às variáveis de cultura política, mas trata, por um lado, sua relação com variáveis de estratificação social, e por outro, da estrutura política e as variáveis de performance (ALMOND, 1989).

Maquiavel³⁹, Montesquieu⁴⁰, Rousseau⁴¹, Tocqueville⁴² e Weber⁴³. Mas o conceito de cultura política, entendido como as atitudes e o comportamento que os sujeitos constroem, no seu processo de socialização, com relação à política, ganhou espaço na área da Ciência Política com o estudo de Almond e Verba (1963). Para os autores (1963), o termo cultura política se refere às orientações especificamente políticas, às atitudes relacionadas ao sistema político, suas diversas partes e o papel dos cidadãos no sistema. Sendo assim, a cultura política de uma nação, segundo os autores, seria a distribuição particular de padrões de orientação política com respeito a objetos políticos entre os membros da nação, caracterizando-se como uma lealdade às instituições do regime democrático.

Tal perspectiva foi criticada, tanto pela afirmação de que a cultura política encontrada na Inglaterra e nos EUA seria o tipo ideal ou a ser emulado de cultura democrática⁴⁴, quanto pelo determinismo culturalista (COLEMAN, 1989; NORTH; 1990; HETHERINGTON, 1998; NORRIS, 1999; BRAITHWAITE e LEVI, 1998; DIAMOND, 1994). A esse respeito, Pateman (1989) destaca que o exemplo mais importante do equívoco dos autores é a negligência persistente da importância das relações entre as orientações à participação política com os níveis socioeconômicos e a variável sexo. Para Street (1993) o principal foco de críticas diz respeito à relação estabelecida entre cultura política e estrutura política, pois a idéia de que a consolidação de um regime político depende da existência de valores condizentes

³⁹ Maquiavel, em seu contraste entre o vigor e a probidade dos cidadãos e líderes da Roma republicana, bem como a corrupção, servilismo e inconstância da população do império e dos italianos contemporâneos, foi fortemente consciente da importância das variáveis político-culturais, de valores morais, de sentimentos de identidade e compromisso (ALMOND, 1989).

⁴⁰ Montesquieu atribuiu os triunfos da Roma republicana à paixão patriótica dos cidadãos romanos promovida por sua religião, por uma busca constante de conquista militar e pelo antagonismo entre patriciado e plebe. E a corrupção da república e do império atribuiu à abertura de Roma para os povos culturalmente heterogêneos italianos e não-italianos, bem como para religiões diferentes (ALMOND, 1989).

⁴¹ Rousseau usa para identificar a cultura política os termos moralidade, costume e opinião. Tratando-os como uma espécie de lei mais importante do que a lei propriamente dita, que está enraizada no coração dos cidadãos (ALMOND, 1989).

⁴² Tocqueville usa a palavra costume não só para referir maneiras propriamente ditas, mas para várias noções e opiniões correntes entre homem e o conjunto de idéias que constitui o caráter da mente. Compreende o termo, portanto, como a condição moral e intelectual de uma pessoa. (ALMOND, 1989).

⁴³ Para Weber a cultura política é um ingrediente crucial do desenvolvimento econômico (BAQUERO, 2011).

⁴⁴ Essa crítica a classifica como uma teoria de abordagem elitista, "por sustentar que algumas culturas eram mais conducentes à democracia do que outras" (INGLEHART, 2002, p.147).

com as instituições desse inviabilizaria as transições do autoritarismo para a democracia que aconteceram, por exemplo, nos países da América Latina⁴⁵.

No final da década de 1980, iniciou-se uma produção de estudos da cultura política como instrumento analítico, analisando as crenças e valores dos grupos sociais (INGLEHART, 1988 e 2002⁴⁶; PUTNAM, 2005⁴⁷; PHARR e PUTNAM, 2000). Tal perspectiva deu início a análises sobre o comportamento político, colocando as crenças e os valores dos indivíduos como elementos indispensáveis para a tomada de decisão política.

Inglehart e Welzel (2005) consideraram que as crenças, atitudes e valores de sociedades mais desenvolvidas são diferentes de sociedades menos desenvolvidas, e o argumento central está na premissa de que os valores de autoexpressão⁴⁸ emergentes produzem um processo de desenvolvimento humano. Segundo os autores, a substituição dos valores de sobrevivência⁴⁹ por valores de autoexpressão gera uma emancipação cada vez maior do indivíduo em relação à autoridade. Estes valores em ascensão transformam a modernização em um processo de desenvolvimento humano que amplia e promove a emancipação do indivíduo em muitas vertentes.

Seguindo essa linha, Dalton e Welzel (2014a) afirmam que, segundo as pesquisas *surveys* feitas nos últimos quarenta anos, os cidadãos presentemente estão

⁴⁵ Outro crítico da obra, Chilcote (1994), salienta que a abordagem culturalista tradicional, ou seja, a de Almond e Verba, realizaria generalizações indiscriminadas, seria enviesada por preconceitos ocidentais de modernidade, seria apenas de caráter descritivo, além de dotar os países mais democráticos e industrializados com capacidade maior para o desenvolvimento de uma cultura cívica.

⁴⁶ Desde a década de 1970, Inglehart dedica-se à teoria do desenvolvimento humano, baseada no princípio da escolha autônoma dos indivíduos. Para isso o autor propõe uma teoria da modernização revisitada e assume a perspectiva de que o desenvolvimento econômico gera mudanças sociais, culturais e políticas (INGLEHART e WELZEL, 2005).

⁴⁷ Putnam (2005) desenvolve um estudo sobre a experiência italiana propondo uma relação entre cultura cívica e democracia para o norte e o sul da Itália. Considera que o desempenho governamental está diretamente relacionado ao surgimento de organizações civis horizontais, relações do tipo horizontal, e não com vínculos do tipo patronal e clientelistas, que são de caráter vertical. Nesse sentido, para o autor, comunidade cívica é caracterizada pela participação cívica, igualdade política, solidariedade, confiança, tolerância e presença de associações informais. Trazendo, desse modo, aos estudos de Ciência Política o conceito de capital social.

⁴⁸ Sociedades que enfatizam valores de autoexpressão valorizam autonomia humana, criatividade, confiança elevada (nos outros, em governos, instituições) e tendência à adoção de valores democráticos. Ou seja, são sociedades de natureza emancipadora.

⁴⁹ Sociedades que enfatizam valores de sobrevivência apresentam níveis baixos de bem-estar, saúde relativamente fraca, pouca confiança nos outros e enfatizam valores materiais, sendo fracos em ativismo ambientalista e favoráveis a governos autoritários

desenvolvendo valores mais assertivos e de autoexpressão, contrários aos valores de lealdade e submissão do modelo de Almond e Verba. Para os autores orientações assertivas representam uma postura que encoraja as pessoas a serem críticas e expressarem preocupações comuns. Tais valores combinam liberdade, igualdade e visões expressivas, envolvendo uma ênfase nas "liberdades individuais", na "igualdade de oportunidades" e na "voz do povo". Essas prioridades tornam as pessoas conscientes dos seus direitos e dos outros, que se indignam com as violações dos direitos, criando-se, assim, um estímulo para expressar suas indignações através da ação coletiva (DALTON e WELZEL, 2014b). O Quadro 1, desenvolvido por Dalton e Welzel (2014b), apresenta a diferença entre valores de lealdade e valores assertivos.

Quadro 1 – Aspectos de cidadania leal e assertiva

Domínio	Cidadãos leais	Cidadãos assertivos
Prioridades de valor	Prioridades dos Outputs (Saída ou Resultados); ênfase na ordem e na segurança; limitação na ênfase da voz e participação; valores materialistas/protetivos predominam	Prioridades nos Inputs (Entrada ou Processo); ênfase na voz e na participação; limitação na ênfase na segurança e na ordem; prevalência nos valores pós-materialistas/emancipatórios
Orientações de autoridade	Deferência à autoridade na família, no local de trabalho e na política	Distância da autoridade na família, no local de trabalho e na política
Confiança institucional	Alta confiança nas instituições	Baixa confiança nas instituições
Suporte democrático	Apoio aos princípios da democracia e às suas práticas (democratas satisfeitos)	Forte apoio aos princípios da democracia, mas baixo apoio às suas práticas (democratas insatisfeitos)
Noção de democracia	Mistura de noções voltadas para os inputs (participação) com noções voltadas para os outputs (democracia como uma ferramenta para atingir bens sociais)	Noções de democracia relacionadas aos inputs (participação) se tornam claramente dominantes
Ativismo político	Eleições e outras formas convencionais de atividades legitimadoras	Forte afinidade com atividade não violentas e desafiadoras da elite política estabelecidas
Consequências sistêmicas esperadas	Um governo mais efetivo e responsável?	

Fonte: Dalton e Welzel (2014b, p. II) (tradução da autora).

A proposta dos autores é de que há uma mudança da natureza da cidadania democrática, uma vez que ao invés de cidadãos leais e submissos às instituições do regime, as democracias estão possibilitando o surgimento de cidadãos críticos. As evidências demonstram que não só nas democracias estabelecidas, como também nas democracias emergentes, as orientações assertivas estão se tornando realidade (DALTON e WELZEL, 2014b). Portanto, a evolução da cultura política sugere que as orientações democráticas diferem do modelo de cultura cívica de Almond e Verba, levando a uma revitalização da cultura política e a um novo potencial de avanço democrático.

Com a perspectiva de que, atualmente, o processo de socialização política dos jovens está ocorrendo de forma híbrida – com a atuação dos agentes tradicionais, através da transmissão de valores intergeracionais, e com a utilização das novas tecnologias de informação, através da auto-socialização –, ultrapassando a lógica tradicional de internalização de valores, seria possível que também esteja em andamento um deslocamento da cultura política leal e submissa para uma cultura política assertiva entre os jovens no Brasil. Tal transição, bem como o seu tempo, são diretamente afetados pelo contexto histórico e cultural do país.

Para esse deslocamento de uma cultura política leal e submissa para uma cultura política assertiva, acredita-se que é mais importante a presença de capital social nas sociedades, não só por colaborar com a resolução de problemas coletivos através das redes de confiança e reciprocidade, mas por enaltecer valores mais democráticos. A formação de cidadãos assertivos com alto nível de capital social contribuiria para a estabilidade da democracia e com a constituição de uma cultura política participativa.

Para o conceito de cultura política são utilizadas as variáveis: (1) apatia e desinteresse⁵⁰, através de questões como interesse por política, sentimento em relação à política e ao país, definição de voto, conhecimento político, percepção dos políticos e da política, posicionamento político e partidário, atitudes políticas e comportamentos políticos; (2) percepção da polarização de opiniões políticas⁵¹, com

⁵⁰ A apatia política é um estado em que o comportamento do indivíduo é caracterizado pela indiferença, passividade e falta de interesse em relação à política (SANI, 1986). Segundo Finley (1988), a apatia política surge de um sentimento de impotência, da impossibilidade de neutralizar aqueles grupos de interesse, cujas vozes prevalecem nas decisões do governo.

⁵¹ A polarização de opiniões políticas é a concentração de opiniões políticas em extremos.

a percepção sobre essas opiniões extremas nas postagens da internet; (3) intolerância política⁵², com questões sobre o conteúdo das postagens políticas na internet; (4) discurso de ódio⁵³, com a questão sobre a utilização da internet para postagem de mensagens de ódio. Além disso, também se verifica a percepção dos jovens em relação aos impactos da internet no fortalecimento ou não da democracia no Brasil.

2.3 CAPITAL SOCIAL

Na área da Ciência Política o conceito de capital social, tributário de teóricos clássicos, como Toqueville⁵⁴, Durkheim⁵⁵ e Weber⁵⁶, é debatido por Bourdieu⁵⁷ (1980

⁵² A intolerância política é marcada pela ausência de aceitação de opiniões diferentes.

⁵³ O ódio está diretamente ligado à violência, e está presente em nossa vida diária, está em nosso desejo de dominar, e é externado, principalmente, no encontro com o outro (LEBRUN, 2008). Pode-se afirmar que um dos indutores de disseminação de ódio é a insatisfação com as instituições políticas, que leva a descrença e a manifestação do sentimento de impotência.

⁵⁴ Tocqueville descreveu os hábitos, costumes assim como a organização social e política dos Estados Unidos.

⁵⁵ Durkheim trabalhou com o conceito funcional de integração social.

⁵⁶ Weber trabalhou o conceito de ação social. Além disso, existem argumentos que apontam que o capital social tem raízes na antropologia, economia e ciência política, sendo que nesta, o conceito está ligado às explicações de envolvimento cívico. Na área das humanas, a origem do termo é remontada a Hanifan (1916), segundo Woolcock e Narayan (2000), que utilizou o termo para referenciar a boa vontade, simpatia mútua e relações sociais entre um grupo de indivíduos e famílias.

⁵⁷ Bourdieu considera o capital social, assim como todas as demais formas de capital (cultural, econômico, simbólico, entre outros), como um recurso individual, que é passível de utilização pela pessoa que o detém. Por isso, para o autor (1980), o capital social de um indivíduo está diretamente relacionado à rede de relações sociais que tal indivíduo consegue mobilizar em favor de alguma ação que deseja realizar e/ou de um objetivo que pretende alcançar. Em termos gerais, o autor define capital social como o conjunto de recursos reais ou potenciais que estão relacionados com posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de conhecimento mútuo e reconhecimento; ou, em outros termos, a participação em um grupo, tal como um conjunto de agentes que não só possuem propriedades em comum (que podem ser percebidos pelo observador, por terceiros ou por si), mas também unidos por ligações permanentes e úteis. Bourdieu (1989) pressupõe que o capital social se reproduz quando há uma relação de afirmação e reafirmação dos laços entre os indivíduos do grupo, ou seja, através de constantes relações de sociabilidade, da troca de objetos e coisas que simbolizem o pertencimento ao grupo e o reconhecimento mútuo.

e 1989), Coleman⁵⁸ (1988 e 1994), Putnam (2005), Portes⁵⁹ (1998), Fukuyama⁶⁰ (2002), entre outros. No entanto, ganhou destaque com a obra de Putnam sobre a cultura cívica e o desenvolvimento regional da Itália. Trazendo para o debate a questão de que sociedades são mais desenvolvidas quando possuem capital social, na medida em que “são práticas sociais, normas e relações de confiança que existem entre cidadãos numa determinada sociedade, bem como, sistemas de participação e associação que estimulam a cooperação” (PUTNAM, 2005, p.177)⁶¹.

Além das relações de confiança e reciprocidade, Putnam ressalta que o capital social está ligado ao processo histórico e cultural, “o contexto social e a história condicionam profundamente o desempenho das instituições” (PUTNAM, 2005, p. 191). Putnam relaciona de forma causal desempenho institucional e participação cívica e chegou a duas generalizações: a preeminência do contexto sócio-histórico na ação coletiva horizontal e a importância do papel das instituições públicas para estimular o associativismo. Além disso, Putnam (2005) identificou três formas de capital social: *bonding* (encapsulado), *bridging* (ponte) e *linking* (conexão). O capital social encapsulado diz respeito ao capital social que emerge das relações intra-grupo. Este tipo de capital proporciona as bases sociais e psicológicas que as pessoas desse grupo necessitam para enfrentar as dificuldades do cotidiano, porém podem gerar um processo de exclusão daqueles que não fazem parte do grupo. O capital social ponte

⁵⁸ Para Coleman (1998), capital social não é uma entidade única, mas uma variedade de diferentes entidades, com dois elementos em comum: consistem em algum aspecto das estruturas sociais e facilitam certas ações dos atores - sejam pessoas ou atores corporativos - dentro da estrutura. Como outras formas de capital, o capital social é produtivo, tornando possível a realização de certos fins que na sua ausência não seria possível. Tal como o capital físico e capital humano, capital social não é completamente fungíveis, mas podem ser específicos para determinadas atividades. Uma determinada forma de capital social que é valiosa no sentido de facilitar certas ações pode ser inútil ou até prejudicial para os outros. O capital social é criado quando as relações entre as pessoas mudam de modo a facilitar a ação (COLEMAN, 1994).

⁵⁹ Portes (1998) avalia como vago o conceito de capital social de Coleman, criticando a confusão que o autor faz com os elementos possuidores de capital social, fontes de capital social e os recursos políticos em si. Mas afirma que, apesar dessas limitações, é inegável o mérito de Coleman ao introduzir e garantir visibilidade ao conceito nos estudos americanos, além de destacar a importância do conceito para a aquisição de capital humano e identificar alguns dos mecanismos pelos quais é gerado.

⁶⁰ Fukuyama (2002, p.155) define capital social como um “conjunto de valores ou normas informais compartilhados por membros de um grupo que lhes permite cooperar entre si”. Ou seja, se os membros se comportarem de forma confiável e honesta, os demais acabam confiando uns nos outros. O autor destaca que “a confiança age como lubrificante, levando qualquer grupo ou organização a funcionar com mais eficiência”.

⁶¹ Observa-se um conjunto de críticas ao conceito de capital social do Putnam, um dos exemplos é Tarrow (2009). O autor critica a visão reducionista da teoria do capital social. Segundo Tarrow, o papel do Estado e o tipo de intervenção estatal não podem desconsiderar-se como fatores explicativos para o sucesso de formas independentes de ação coletiva.

se refere aos esforços das comunidades em estabelecer comunicações horizontais para resolver o dilema da ação coletiva. Enquanto o capital social de conexão se refere às relações que se produzem entre estratos diferentes de riqueza e status. Este tipo é fundamental para abrir canais de comunicação com as instituições formais além da comunidade e que proporcionam, também, o desenvolvimento econômico e bem-estar comunitário.

No capital social encapsulado, Putnam (2005) argumenta que os laços de parentesco, desta rede de relações intra-grupo, corroboram para um engajamento cívico do tipo horizontal, o que ajuda os membros da comunidade a procurarem soluções para os dilemas da ação coletiva. Para o autor, este capital constrói um tipo de “superliga” social entre os membros, criando laços fortes que dão embasamento para a reciprocidade e a mobilização pela solidariedade. Além disso, o autor afirma que este tipo de capital social é essencial em comunidades pobres, pois ajuda a superar as dificuldades econômicas. Putnam (2005) operacionaliza este conceito através das variáveis confiança e participação em nível comunitário. Este tipo de capital social, formado a partir dos laços primários de relacionamento intra-grupos, dá suporte para atitudes e comportamentos em busca de um bem coletivo fora da comunidade. Por este motivo, a tese trabalha com este tipo de capital social, verificando-se os efeitos da internet nessas relações primárias.

O capital social se constitui uma abordagem teórica que procura subsídios para compreender o processo de consolidação democrática, bem como do desenvolvimento econômico e social, que possibilita ir além da tipologia proposta por Putnam (2005). Ao trabalhar a possibilidade de construção de comunidades engajadas com a ação e o bem coletivos, através de relacionamentos de confiança, reciprocidade e solidariedade, paralelo ao trabalho das instituições. O contexto histórico-cultural é condição necessária para o seu desenvolvimento; a formação de laços de confiança e de níveis de engajamento cívico é um processo contínuo de internalização de valores, conforme a organização da comunidade. Nesse sentido, o capital social tem potencial de empoderamento⁶² dos cidadãos, aumentando a confiança que aprimora a democracia, produzindo desenvolvimento econômico

⁶² O conceito de empoderamento, *empowerment*, tem raízes na Reforma Protestante.

através da ação coletiva, estimulando valores de solidariedade e reciprocidade e construindo uma cultura política participativa.

Na junção entre os tipos ponte e conexão, o capital social constituído intra grupos daria subsídio para uma comunicação com as instituições, estimulando a ação para resolver os problemas da comunidade. De acordo com os Estudos Interdisciplinares de Comunidades e Ecologia Social - EICOS (2006), isso seria possível através do empoderamento⁶³. Empoderamento, segundo Freire (1992), refere-se à capacidade de o indivíduo realizar as mudanças necessárias para sua evolução e fortalecimento, e isto é proveniente da educação, que por sua vez não é um processo individual e sim um processo que se desenvolve com a interação social⁶⁴. Para Baquero (2013), o empoderamento pode ser concebido como emergindo de um processo de ação social, capaz de gerar pensamento crítico em relação à realidade. Para isso, é necessário que o indivíduo empodere-se de sua condição de agente, para que seu comportamento seja orientado com o fim de para garantir as necessidades coletivas, podendo tornar-se um cidadão democrático.

A ligação entre capital social e empoderamento vem sendo analisada no sentido de contribuir com a resolução de problemas sociais e econômicos, através de um desenvolvimento cultural (BAQUERO, 2013; DURSTON, 2001⁶⁵). Isso dá origem ao conceito de potencial de capital social emancipatório, definido por Baquero (2013) como o capital pelo qual o cidadão desenvolve redes associativas de confiança que promovem a sua ação por um bem coletivo. Este capital envolve tanto as dimensões individuais quanto as coletivas, promovendo ação vinculada aos valores democráticos

⁶³ O empoderamento pode ser individual, organizacional e comunitário. O empoderamento individual se refere ao nível psicológico de análise e à habilidade das pessoas de ganharem conhecimento e controle sobre forças pessoais para agirem na direção da melhoria de sua situação de vida (BAQUERO, 2013). O empoderamento organizacional é gerado na e pela organização, trata-se de uma abordagem do processo de trabalho que objetiva a delegação do poder da administração, autonomia e participação dos funcionários na administração das empresas, de modo que as decisões sejam mais seletivas e horizontais (BAQUERO, 2013). O empoderamento comunitário envolve um processo de capacitação de grupos ou indivíduos desfavorecidos para a articulação de interesses, buscando a conquista plena dos direitos de cidadania, defesa de seus interesses e influenciar ações do Estado de modo a promover a ação coletiva (BAQUERO, 2013).

⁶⁴ Para o autor, a concepção de empoderamento não é individual e nem comunitária, mas está ligada a classe social. É uma ação coletiva.

⁶⁵ O autor afirma que os grupos e comunidades que têm considerável reserva de capital social em suas variadas manifestações podem cumprir melhor e mais rapidamente com as condições de empoderamento.

para que a comunidade transcenda os problemas de ordem econômica, política e cultural (BAQUERO, 2013).

Segundo Baquero (2013), as normas comunitárias criam identidades coletivas e laços de solidariedade que estimulam as pessoas a se engajarem na política, com isso as normas comunitárias proporcionam a formação de capital social, auxiliando a superar o dilema da ação coletiva, facilitando a participação das pessoas na arena política, ao mesmo tempo em que ajudam na criação de associações voluntárias, passíveis de fomentar o poder do povo. Por isso, o autor constata que a relação entre capital social emancipatório e empoderamento cidadão pode contribuir para superar problemas como a situação de pobreza de pessoas e comunidades, transformando as relações de poder em favor daqueles que tenham pouca autoridade para que exerçam controle sobre os recursos, crenças, valores e atitudes. Com isso, Baquero (2013, p. 134) conclui que “ o acesso às redes que transcendem os círculos fechados da comunidade pobre e o capital social comunitário manifestado em diferentes formas de associativismo são elementos importantes para o empoderamento das pessoas e das comunidades”. O autor, em um trabalho sobre a constituição de capital social em cidadãos atingidos por usinas hidrelétricas, operacionaliza o conceito de potencial de capital social emancipatório de forma macrossistêmica, analisando os valores e crenças de uma comunidade, através de questões que medem as atitudes dos cidadãos em participar e colaborar para resolver as necessidades coletivas (BAQUERO *et al.*,2013)

Este tipo de capital social vai além das relações primárias, no sentido de empoderar os cidadãos em busca da resolução dos problemas coletivos para além do âmbito comunitário. Por acreditar que isso é essencial para o deslocamento de uma cultura política submissa para uma assertiva, que este é o segundo tipo de capital social trabalhado na tese, com o intuito de verificar se a internet é capaz de influenciar no empoderamento dos jovens, para que estes possam ser agentes em busca das soluções das necessidades coletivas. No entanto, por acreditar que a dimensão comportamental fortalece a constituição do capital social, o conceito é operacionalizado de forma a medir as atitudes e comportamentos, individuais e comunitários, dos jovens estudantes para além de suas comunidades. Ou seja, este capital social envolve a capacidade dos jovens envolverem-se em relações verticais (com instituições fora de suas comunidades) em prol de um bem coletivo. Para isso,

propõe-se transcender o conceito de potencial de capital social emancipatório, que é mensurado na dimensão atitudinal, para o conceito de capital social emancipatório, mensurado pelas atitudes e comportamentos políticos dos jovens.

Presentemente, com o advento das novas tecnologias de informação e comunicação, novas formas de interação social e mobilizações políticas surgem, trazendo para o debate, na área da comunicação, a possibilidade de constituição de capital social na internet (MATOS, 2009; BENKLER, 2006; RECUERO, 2009, 2012a e 2012b). Neste debate, Recuero (2009) propõe que as redes sociais estabelecidas na internet estão proporcionando a constituição de um tipo de capital social, o capital social em rede. A autora (2012b) afirma que este capital social, diferente dos demais, seria menos custoso para os envolvidos, visto que as relações *online* são mantidas por *softwares*, a menos que um dos envolvidos delete a conexão, enquanto as relações *offline* necessitam ser mantidas pelos envolvidos, através de atenção e sentimentos.

Além de concordar com esta perspectiva de que o capital social também pode ser constituído através da internet, pensa-se que uma abordagem na área da ciência política necessita avaliar se este capital social pode estar influenciando nas atitudes e comportamentos políticos, em especial dos jovens que possuem mais contato com essa tecnologia digital. A partir disso, propõe-se, com base em Recuero (2009), o capital social virtual. Este tipo de capital social é produzido a partir das relações *online*, e pode ou não extrapolar para as relações *offline*, assim, expandindo as possibilidades de mobilização política. O capital social virtual envolve as atitudes e comportamentos exclusivamente desenvolvidos no e pelo meio virtual. Com isso, o capital social virtual pode colaborar com o empoderamento dos cidadãos, aumentando os níveis de capital social emancipatório. Por exemplo, um grupo de mulheres negras, que constituiu uma comunidade virtual no Facebook para debater sobre os assuntos de interesse, pode gerar uma rede de reciprocidade e confiança que estimula a participação política, seja *online* ou *offline*. Este é o terceiro tipo de capital social trabalhado na tese, com o intuito de verificar se a internet está promovendo relações capazes de constituírem capital social dentro dela e que impactam tanto na confiança quanto na participação política dos jovens.

As pesquisas sobre capital social, tanto do tipo encapsulado quanto emancipatório, trabalham com as variáveis confiança interpessoal⁶⁶, confiança institucional⁶⁷ e participação política⁶⁸. O associativismo com membros da comunidade incide na constituição de confiança interpessoal, que por sua vez pode levar ao desenvolvimento de confiança nas instituições políticas, fomentando, por sua vez, a participação política. Por isso, para verificar o nível de capital social encapsulado são analisadas as relações primárias dos jovens em sua família, em sua escola, em sua igreja e em seu bairro, tanto pelas variáveis de confiança quanto pelas de participação. O nível de capital emancipatório é verificado através das relações dos jovens com as instituições políticas para além de suas comunidades, tanto pela confiança quanto pela participação. As variáveis analisadas para mensurar o capital social virtual são as atividades realizadas ou estimuladas a partir do meio *online*. Tais análises são feitas a partir da compreensão de que as novas interações e redes sociais geradas através da internet, como agência socializadora, podem impactar nos níveis de capital social, principalmente dos jovens.

2.4 A CULTURA POLÍTICA E O CAPITAL SOCIAL NO CONTEXTO BRASILEIRO

Direcionando para o Brasil, é importante destacar que o país entrou em um novo ciclo político-histórico, com novas demandas dos cidadãos e questionamentos do modelo formal-procedimental da democracia representativa (BAQUERO, 2011). A transição para democracia ocorreu antes da construção de valores democráticos, tais como a importância da participação política e o interesse por assuntos políticos. Além disso, as instituições não são sólidas e o comportamento político é amador e pouco crítico, com isso “os partidos políticos sofrem de falta de credibilidade e são considerados pouco representativos e a construção da cidadania é constrangida pela

⁶⁶ A confiança entre membros da mesma comunidade contribui para o fortalecimento dos laços internos, fortalecendo a solidariedade, o associativismo e a reciprocidade. Segundo Putnam (2005), quando mais confiança interpessoal existir mais associativa é a sociedade, assim mais estável a democracia.

⁶⁷ A confiança institucional está relacionada com a confiança interpessoal, segundo Putnam (2005). Alguns autores (EASTON, 1968; MOISÉS, 2010) vinculam a confiança institucional com o desempenho das instituições e com as atitudes e comportamentos em relação à democracia.

⁶⁸ A participação política está fortemente ligada com o capital social e ao desempenho das instituições. Segundo Putnam (2005), uma comunidade cívica é caracterizada por intensa participação política.

ausência de gestores públicos, como Michels (1952) diria: ‘moralmente capazes e tecnicamente competentes’” (*apud* BAQUERO, 2011, p. 26).

Esse contexto sinaliza para a necessidade de uma adequação dos conceitos originais de cultura política e capital social para uma análise de países emergentes (TURNER, 1995; BROW e GRAY, 1979; BAQUERO, 2003, 2007 e 2011; SOUZA e LAMOUNIER, 1990; CASTRO, 2008). Nesse sentido, Castro (2008) destaca que a partir da evolução do debate teórico sobre o tema, bem como a possibilidade e a disseminação de novos estudos empíricos, permite a possibilidade de falar em uma teoria de cultura política que vai além da classificação proposta por Almond e Verba. Dessa forma, “em vez de enquadrar as diferentes sociedades em uma tipologia construída *a priori*, os estudos de cultura política devem servir para que se construa uma compreensão da realidade que considere as diferentes experiências históricas” (CASTRO, 2008, p. 26)⁶⁹.

Com base nesse argumento e com a intenção de contribuir para explicar o comportamento e as atitudes políticos dos jovens no Sul do Brasil, destacando a forma como os valores culturais são componentes endógenos, a partir da influência da internet, faz-se necessário contextualizar o cenário político do país e da Região Sul, além de resgatar fatores histórico-estruturais que possibilitem contextualizar como as crenças e os valores políticos foram estruturados⁷⁰.

⁶⁹ Por fim, o conceito deve ser mais explicativo que normativo, permitindo, a partir dos casos estudados, a sua aplicação em outras realidades latino-americanas e a comparação com outras regiões. Uma série de pressupostos tem que ser considerada para se formular um conceito de cultura política que seja compatível com a América Latina. Em relação às premissas, antes de haver a preocupação com a aplicação de um determinado modelo de cultura (a cultura cívica, por exemplo), deve-se partir para o conhecimento da realidade dos países latino-americanos. Nesse sentido, o uso do instrumental da cultura política deve ser mais indutivo, ou seja, procurar conhecer a realidade das sociedades, que dedutivo, aplicar um conceito determinado. Isso não implica um menosprezo à teoria, mas a constatação de que falta acúmulo de pesquisas empíricas entre nós (especialmente pesquisas comparativas). Um conceito de cultura política para a América Latina tem que considerar as particularidades da nossa formação histórica. Atitudes de moderação, por exemplo, não podem ser esperadas em uma sociedade profundamente dividida. Da mesma forma, participar de protestos pode ser uma forma legítima de oposição a governos que sequer procuram resolver os problemas da população. Cabe mais uma vez conhecer a formação histórica dos diversos países e confrontar com as atitudes políticas, para ser verificado se há congruência entre elas (CASTRO, 2008, p. 27 e 28).

⁷⁰ Isso porque, ao mesmo tempo que é causa e consequência do funcionamento do sistema político, “a Cultura Política de uma sociedade é resultado de um padrão de orientações cognitivas, emocionais e valorativas que, além de estáveis, se tornam vivas e atuantes ao longo do tempo” (BAQUERO e PRÁ, 2007, p. 27).

2.4.1 Contexto político do Brasil em 2015 e 2016

O contexto político no Brasil, durante a realização do *survey* de Porto Alegre/RS e das entrevistas em profundidade, de março a outubro de 2015, estava marcado: (1) pela recente eleição presidencial de outubro de 2014; (2) pelo pedido de impeachment da presidenta Dilma Rousseff; (3) pelas denúncias de corrupção; (4) pelas manifestações a favor e contra o governo federal. O segundo turno da eleição presidencial de 2014 foi marcado por fortes ataques pessoais, polarização nas redes sociais e um resultado com pouca diferença entre os candidatos: Dilma Rousseff (PT) com 51,64% dos votos e Aécio Neves (PSDB) com 48,36%. Mesmo antes da reeleição, houve vários pedidos de *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff, que ganharam mais publicização e apoio popular logo após as eleições.

Os escândalos de corrupção e as operações de investigação, como o Mensalão⁷¹ e o Lava Jato⁷², já eram conhecidos da população, mas também ganharam mais publicização, gerando revolta popular, após a reeleição da presidenta. Desde 2013, o Brasil vem sendo palco de manifestações reivindicando melhorias na educação, saúde, segurança, transporte e moradia, bem como repudiando os atos de corrupção. Essas manifestações, após a reeleição, tiveram dois focos: a favor do governo federal, bem como a manutenção da presidenta Dilma Rousseff no cargo, e contra o governo federal, pedindo o *impeachment* da presidenta.

Durante a realização do *survey* de Curitiba/PR, em abril de 2016, o cenário político brasileiro estava pautado pelo pedido de *impeachment* da presidenta, que seria votado pela Câmara de Deputados⁷³ no final de semana posterior a pesquisa. Em Florianópolis/SC, de maio a junho de 2016, as aplicações do *survey* começaram uma semana após o afastamento da presidenta Dilma do cargo, devido a votação do Senado⁷⁴ a favor do *impeachment*.

⁷¹ Escândalo de corrupção política com a compra de votos de parlamentares no Congresso Nacional do Brasil, que ocorreu entre 2005 e 2006.

⁷² Operação de investigação de corrupção feita pela Polícia Federal.

⁷³ Essa votação diz respeito a aprovação da pauta de impeachment da Presidenta Dilma, para que seja repassada para o julgamento no Senado.

⁷⁴ Nesta etapa o Senado votou pela abertura do processo de impeachment, sendo formalmente instaurado, o que levou ao afastamento provisório da presidenta Dilma de seu cargo.

Além desses fatos, é importante registrar o contexto de cada estado estudado. No Rio Grande do Sul, o contexto político de 2015 era marcado, entre outros: (1) pela recente eleição estadual de 2014; e (2) pelo atraso e parcelamento dos salários dos funcionários públicos estaduais. A população do Rio Grande do Sul elegeu, no segundo turno da eleição estadual, José Ivo Sartori (PMDB) com 61,21%, ficando em segundo lugar Tarso Genro (PT) com 38,79%. O governo de José Ivo Sartori, desde a sua posse, vem sendo marcado pelo atraso e parcelamento dos salários dos servidores públicos estaduais, como professores e policiais, gerando greves dessas categorias e manifestações populares.

No Paraná, além das eleições de 2014 que reelegeram, em primeiro turno, o governador Beto Richa (PSDB), com 55,67% dos votos, contra 27,56 do segundo colocado, Roberto Requião (PMDB), o contexto político, de 2016, também era marcado por mais duas situações: os protestos dos professores e servidores públicos e o comando do julgamento da Operação Lava Jato. Em abril de 2015, os professores e servidores estaduais foram para as ruas protestarem contra o governo Beto Richa e, no dia 29 de abril, a ação dos soldados da polícia militar feriu cerca de 200 manifestantes. O julgamento da operação Lava Jato foi comandado pelo juiz Sérgio Moro, da 13ª Vara Federal de Curitiba, no Paraná, desde 2014.

O contexto político de Santa Catarina, em 2016, estava marcado pela eleição estadual de 2014 que reelegeu, em primeiro turno, o governador Raimundo Colombo (PSD), com 51% dos votos, contra 29% do segundo colocado, Paulo Bauer (PSDB). Percebe-se, que o contexto político no Brasil e nos estados do Sul do país, durante o período da pesquisa, estava marcado por grandes disputas, manifestações e polarização da sociedade. Tais fatos precisam ser levados em conta na análise dos dados desta tese para verificar o comportamento dos jovens em um momento de crise política, institucional, econômica e moral do país.

2.4.2 Cultura política brasileira

O processo de democratização do Brasil, a partir da década de 1980, após o fim do regime autoritário, vem apresentando uma incongruência entre a prática de uma democracia formal e a existência de desigualdade social. Segundo Baquero

(2001, p. 99), frequentemente se constata, na bibliografia sobre a evolução do Estado no Brasil, “a influência de um passado de instabilidade política e econômica, bem como de um legado autoritário que tem obstaculizado a construção de uma cultura política verdadeiramente democrática no país”. Para além disso, não se reestabeleceu uma sociedade civil participativa, ficando a cargo das regras do jogo político o bom desempenho institucional para garantir uma democracia de qualidade. Porém o enfraquecimento das instituições políticas, como os partidos políticos e o próprio Estado, tem contribuído para a fragilidade da democracia no país. E contribuíram, também, para o baixo interesse nos assuntos políticos, a baixa participação política dos cidadãos e os baixos níveis de confiança nas instituições e de capital social, corroborando com o cinismo, o individualismo, a corrupção, o clientelismo, o personalismo e o patrimonialismo.

Alguns autores brasileiros, buscando compreender a evolução do Brasil, apontaram a influência histórica⁷⁵, marcada pela instabilidade política e econômica, e o autoritarismo vivenciado no país como responsáveis pela falta de uma cultura política democrática (TORRES, 1933; VIANNA, 1952 e 1956; AMARAL, 1934; FREYRE, 1986; HOLANDA, 1969). Esses estudos revelam as práticas clientelistas, personalistas, patrimonialistas e corporativas (que ganharam destaque com o estudo de FAORO, 1975), que se mantem até hoje e são considerados estruturais na cultura brasileira⁷⁶ (AMORIM, 2006; MOISÉS, 1995; BAQUERO, 1997).

Com o enfoque na cultura política, estudos sobre o Brasil tem proliferado nas últimas décadas (BAQUERO, 2001, 2003 e 2011; MOISÉS, 1995, 2008, 2010 e 2013). Por exemplo, segundo Moisés (1995, p. 105), a cultura política brasileira tem sido descrita como um conjunto rígido de padrões político-culturais, dotado de forte capacidade de continuidade, “combinando traços herdados das raízes ‘ibéricas’ do país – isto é, um sistema de valores autoritários, hierárquicos e plebiscitários – com componentes “estadistas” e antiliberais resultantes do processo de formação do

⁷⁵ Segundo Baquero (2001, p.102), de acordo com essas concepções, “a sociabilidade brasileira nasceu influenciada pela pirâmide familiar, tendo como fundamento a organização patriarcal, a fragmentação social, as lutas entre as famílias, as virtudes inativas e a Ética da aventura”. Originalmente o caudilhismo e, posteriormente, o coronelismo, que implicava a existência de lideranças carismáticas, substituíam a racionalidade dos interesses individuais e estabeleciam a matriz sobre a qual a organização social e as fundações da política e do Estado foram delineadas (BAQUERO, 2001).

⁷⁶ Nas últimas décadas, estão sendo produzidos vários estudos sobre a cultura política brasileira (ver ALMEIDA, 2007; BAQUERO, 1997, 2004 e 2007; MOISÉS, 2001, 2005 e 2010).

Estado”⁷⁷. Para Moisés (1995), essas tradições da cultura política são bem conhecidas: clientelismo, populismo, atitude deferencial diante das autoridades, manipulação, apatia política e, por último, antipartidismo e anti-institucionalismo.

No contexto do Sul do país, alguns trabalhos abordaram os padrões de participação política (BAQUERO e PRÁ, 2007), o papel do Estado na construção da democracia brasileira (BAQUERO e CASTRO, 1996), os jovens e a socialização política (BAQUERO, 1997; ROBALLO, 2011, NAZZARI, 2003) e as experiências no Orçamento Participativo de Porto Alegre (GONZÁLEZ, 2001; FEDOZZI, 2009; BAQUERO *et al.*, 2005; RIBEIRO e BORBA, 2011). No caso do Rio Grande do Sul, por exemplo, conforme Baquero e Prá (2007), apesar de ser considerada pelos gaúchos uma sociedade politizada em relação ao resto do Brasil, os dados sugerem que persistem valores culturais e determinadas práticas políticas cotidianas que não favorecem a construção de uma cultura política democrática e participativa. As perspectivas desses autores conjugadas a história do país mostram que a cultura política do brasileiro, do gaúcho, do catarinense e do paranaense é fortemente marcada pelo baixo interesse dos cidadãos na política, pela apatia, pela pouca participação política e pelo alto grau de desconfiança nas instituições políticas e nas pessoas. Essa incongruência apresentada, não provoca riscos à curto prazo para democracia, porém chama a atenção para a baixa participação que pode comprometer a sua qualidade.

Em relação à cultura política e os níveis de capital social de jovens estudantes, por exemplo em Porto Alegre/RS, dados (NUPESAL, 2002) confirmam as percepções dos autores sobre a cultura política brasileira. Constata-se, por exemplo, que há uma falta de interesse na política nos jovens estudantes, pois apenas 25% mostram interesse. Os jovens estudantes percebem uma falta de interesse nas pessoas de forma geral, pois 80% concorda ou concorda em parte com a afirmação de que “Os assuntos relacionados à política são muito complicados e não despertam o interesse das pessoas”. Além disso, os jovens não acreditam e não confiam nos políticos, 99,5% concorda ou concorda em parte que os políticos são corruptos e 99,8%, que os políticos prometem e não cumprem. Porém 88% consideram que os alunos deveriam

⁷⁷ Ainda nesse sentido, os autores Lamounier e Souza (1994) por apontarem que a cultura política é derivada do funcionamento do sistema político, consideram a cultura política brasileira “patrimonial”. Nesse contexto, o Brasil é fortemente marcado por uma cultura política de subordinação popular que vêm do período colonial, da economia agrícola, baseada na monocultura e no trabalho escravo.

participar mais das decisões tomadas na escola e 65% acham importante que o jovem participe da política. E mais de 80% prefere a democracia do que qualquer outro regime político.

Os dados sinalizam a presença de uma cultura política híbrida, conforme afirma Baquero (2008), capaz de ter valores favoráveis à democracia simultaneamente com a falta de interesse na política e a existência de valores conservadores. Isso sugere que apesar de estar havendo um deslocamento de cidadãos leais para cidadãos assertivos em países desenvolvidos, o Brasil ainda está a passos lentos para essa realidade, na medida em que se constata uma cultura política indiferente aos valores democráticos, que não recebe incentivo para a formação de cidadãos mais críticos, por parte das instituições.

2.4.3 Capital social no Brasil

Com relação ao capital social, na América Latina e no Brasil, vários estudos têm problematizado o conceito de capital social, utilizando perspectivas teóricas e metodológicas distintas (BAQUERO, 2006 e 2013; KLIKSBURG, 1999; MONASTERIO, 2003; HIGGINS, 2005). Segundo Baquero (2013, p. 113), em sistemas políticos instáveis, como é o caso do Brasil, o conceito de capital social assume importância fundamental, em dois sentidos: “em primeiro lugar porque nos alerta sobre a importância de trabalhar num sentido coletivo e, ao mesmo tempo, nos mostra que trabalho em equipe deve se dar num contexto horizontalizado”⁷⁸.

O capital social no Brasil apresenta baixos níveis de participação política e altos níveis de desconfiança nas instituições políticas (BAQUERO, 2001 e 2013; MOISÉS, 1995, 2013). Além disso, Baquero (2013) destaca que os níveis de capital social encapsulado e do potencial de capital social emancipatório são relativamente altos, pois as pessoas tendem a participar em atividades comunitárias e a perceber a participação política como importante para a comunidade e o país. Tais características

⁷⁸ São muitas as divergências em relação ao conceito, principalmente com relação à operacionalização do conceito, desse modo, segundo Baquero (2013), o que deve ser destacado em relação ao capital social na América Latina, em especial no Brasil, é o seu potencial impacto agregado, ou seja, até que ponto poderia possibilitar o desenvolvimento de padrões mais participativos. Para isso é necessário, concorda-se que a reterritorialização do conceito e a sua aplicabilidade devem ser uma alternativas potencial e viável de construção democrática mais eficiente, principalmente, junto às camadas mais pobres (BAQUERO, 2013).

aliadas a uma cultura política não participativa tendem a comprometer a consolidação e a qualidade do sistema democrático, além de manter a desigualdade social e os altos índices de pobreza do país. Esse quadro não é diferente no Sul do Brasil, onde estudos apontaram a existência de um nível baixo de confiança nas instituições e nos políticos (BAQUERO e PRÁ, 2007; NAZZARI, 2005; BIRKNER, 2006), bem como, no caso do Rio Grande do Sul, a diferença entre os níveis de capital social nas regiões do Estado (MONASTERIO, 2003; PASE e SANTOS, 2008; PASE, 2006; RIELD e VOGT, 2003⁷⁹).

Baquero e Prá (2007) apontam que os resultados relativos ao capital social no Rio Grande do Sul, que são de baixos níveis de confiança institucional, mostram que o processo de democratização do país não gerou o capital social necessário para garantir uma base normativa de apoio à democracia. Com relação aos diferentes níveis de capital social no Rio Grande do Sul, Monasterio (2003) faz a seguinte separação por regiões: Campanha, Planalto, Serra e Mistas. A campanha, segundo o autor (2003) é uma região onde se desenvolveu predominantemente a criação de gado, uma zona de estâncias com economia predominantemente pecuária. A Serra é caracterizada pela colonização européia e a pequena propriedade voltada para o mercado interno. A região do Planalto tem uma ocupação mais recente, como na Serra, e registra-se a existência de minifúndios ao lado de latifúndios. E as mistas não se encaixam nas regiões definidas, sendo regiões com menos importância.

Para Monasterio (2003), a região da Campanha é considerada a mais desigual do Rio Grande do Sul, em relação ao índice de distribuição pessoal da renda e o índice de ponderamento pelas populações de cada município. Além disso, é a região com menos grau de informatização, menos leis, menos conselhos e menos consórcios intermunicipais. Enquanto o Planalto e a Serra possuem melhores índices. Em relação ao indicador de capital social nessas regiões, Monasterio (2003) conclui que a campanha esteve nos extremos que mostram a sua carência, pode-se dizer que a Serra mostra índices melhores pelo histórico de colonização européia que desenvolveram um sistema cívico recíproco, e o Planalto por ser uma região ocupada mais recentemente e ainda ter sido avaliada mais aprofundadamente.

⁷⁹ Esse trabalho discute em relação à cidade de Santa Cruz.

Pase e Santos (2008) também fazem uma análise do capital social no Rio Grande do Sul por regiões, e concluíram que a região norte possui mais capital social, devida a sua colonização européia, onde a necessidade por cooperação se fez presente e gerou várias associações que propiciaram o desenvolvimento da região. Enquanto na região sul ainda são predominantes os latifúndios, relações pouco recíprocas e desconfiança tanto política quanto social. Essa diferença também prevalece em relação aos índices de desenvolvimento: a região norte mostra melhores índices de desenvolvimento, com associações, relações de confiança e reciprocidade, produção e distribuição de riquezas, melhor qualidade de vida.

O desenvolvimento do Estado do Rio grande do Sul tem ligação com o capital social desenvolvido na região do Norte e também aponta relações com as associações de reciprocidade criadas para atender as necessidades da sociedade. Para Pase (2006), o desenvolvimento do Estado é vinculado ao desenvolvimento econômico, social, cultural e político nacional, embora guarde algumas peculiaridades, principalmente no que tange às desigualdades regionais, que ocorrem principalmente em razão da concepção restrita à noção modernizadora, que preside a ação do Estado, e da elite regional, no sentido de privilegiar os grupos mais influentes, política e economicamente, e regiões melhores posicionadas em relação às vantagens comparativas. Não obstante, observa-se também que a “ação da sociedade civil consegue diminuir a inexorabilidade da desigualdade e da pobreza quando articula seu capital social produzindo políticas públicas ou orientando, demandando e fiscalizando próprio Estado” (PASE, 2006, p. 240).

No caso catarinense, Birkner (2006), em uma análise do capital social e do desenvolvimento econômico da região, apresenta, à luz de fatores como confiança interpessoal e cooperação, resultados similares aos encontrados no Rio Grande do Sul: baixos níveis de capital social. Neuenfeld (2008) faz uma análise em dez regiões de Santa Catarina e conclui que, apesar de existirem diferenças nos níveis de confiança entre as regiões, o Estado, de forma geral, possui baixa confiança e baixa cooperação, o que afeta a constituição de capital social. Um estudo sobre confiança, cooperação e participação política, realizado por Nazzari (2004), indica que os baixos níveis de capital social também estão presentes no estado do Paraná. Os estudos apresentados mostram que no país, assim como nos três Estados do Sul, os níveis

de confiança e participação política são baixos, corroborando com o baixo interesse por política e afetando a constituição de capital social na região.

Em relação aos níveis de capital social dos jovens estudantes, por exemplo no Rio Grande do Sul, segundo a pesquisa do NUPESAL (2002), estes apresentam alto nível atitudinal de participação, pois 65% acredita ser importante a participação dos jovens na política. Porém, em média, 5% participa de partidos políticos e 4% confia em partidos políticos. O que sinaliza a dificuldade de associação e de engajamento político dos jovens, comprometendo a constituição de uma cultura política participativa. Nazzari (2005), em estudo sobre os níveis de capital social dos jovens em Curitiba/PR, aponta que apesar dos jovens apresentarem uma percepção mediana em relação aos estoques de capital social, ou seja, 75,8% reconhece que a participação pode mudar a situação do país, estes não participam ativamente da vida política.

Igualmente, sobre capital social Baquero (2008, p. 21) constatou que há no Brasil uma cultura política híbrida, que “mistura dimensões formais procedimentais e informais, de tradição histórica, onde as instituições políticas geralmente carecem de credibilidade e, em alguns casos, de legitimidade”. Nesse sentido, verifica-se na população altos níveis de apatia e desinteresse políticos, disseminação de ódio e intolerância política, em conjunto com baixos níveis de confiança interpessoal, confiança institucional e participação política. É nesse contexto que o uso da internet se torna relevante, uma vez que essa nova tecnologia de informação tem sido considerada capaz de influenciar a constituição da cultura política e do capital social, sendo, desse modo, uma nova agência socializadora dos jovens.

2.5 INFLUÊNCIA DA INTERNET NA SOCIEDADE E NA POLÍTICA: “TEORIA DA MOBILIZAÇÃO” E “EFEITOS NEGATIVOS”

2.5.1 A internet, as redes sociais e suas implicações

Os debates sobre redes sociais são recorrentes nas ciências humanas, visto que sempre foram instigantes as relações estabelecidas entre os elementos de um sistema social. Com o surgimento da internet, as análises sobre as redes sociais

buscam compreender tais relações no ambiente virtual. Esses novos espaços de interação e o fluxo extensivo de informação gerados pela internet e suas redes sociais, produziram o rompimento nas fronteiras entre o público e o privado (através da transparência), uma abertura de valores e modos de ação e uma nova velocidade de circulação de ideias, comportamentos e atitudes.

O que é a internet? E o que são redes sociais? Tais perguntas parecem ultrapassadas, visto que, diariamente, ambos os termos são utilizados sem dificuldade de compreensão. No entanto, qual a sua importância e influência no comportamento das pessoas? Neste sentido, o que se deve questionar são as consequências na sociedade da utilização da internet e das redes sociais. A lógica empregada na maioria dos estudos considera o que a internet faz com as pessoas, porém o que se pretende aqui é não só seguir essa lógica, mas também questionar, assim como Wellman (2012), “o que as pessoas fazem com a internet”. Duas abordagens examinam as consequências da internet e suas redes sociais: efeitos negativos e teoria da mobilização.

A importância destas questões reside na abrangência que a internet vem ganhando no mundo e, principalmente, em países em desenvolvimento, como no caso do Brasil. Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 2013, divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 49,4% da população utilizam a internet. E o uso entre os mais jovens é maior, sendo que entre 15 e 17 anos 75,7% acessam a internet, entre 18 e 19 anos são 73,8% e entre 20 e 24 anos, 70,5%. É perceptível a influência da internet em geral, e das redes sociais em particular, na vida das pessoas e, com maior frequência, dos jovens, visto que, além de atividades rotineiras estarem sendo realizadas através da internet (como transações bancárias, busca de informação, entre outras), estão se estabelecendo novas formas de interação social.

A interação com os meios, no entanto, não ocorre no vazio, ou seja, as pessoas moldam e são moldadas pelas suas práticas cotidianas, e com isso, os contextos são instrumentos fundamentais para compreender a influência da internet em qualquer variável estudada. Esses contextos, pela problematização proposta nesta tese, estão, além dos fatores históricos, na cultura política e nos níveis de capital social presentes na sociedade brasileira.

A criação da internet teve início na década de 1960 nos Estados Unidos da América, motivada por interesses militares de defesa e segurança, e, provavelmente, não se imaginava a amplitude que teria, chegando a ser um fenômeno global⁸⁰. Uma definição técnica do termo internet, encontrada em dicionários, especifica-a como uma rede global de computadores interligados, sendo composta por milhões de redes particulares (desde residências até empresas, universidades e órgãos do governo). A internet é considerada um fenômeno pela possibilidade de acesso à informação, além de recursos que facilitam a comunicação, como e-mails e redes sociais.

Uma definição mais pontual é proposta por Castells (2003), postulando que a internet é um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos com muitos, sobre o qual se baseia uma nova forma de sociedade: a sociedade em rede. Pode-se afirmar que, em sua curta trajetória, a internet se revelou como um fator responsável por uma mudança na sociedade, tanto na comunicação e armazenamento de informações (dados) como na interação social.

Com base nessa conceituação, chega-se à perspectiva da sociedade em rede ou a sociedade conectada, ou seja, a sociedade interagindo e a sociedade gerando e consumindo informações. A internet, para além dessas funções, também contribui para a formação de redes sociais que se materializam em comunidades virtuais. No caso dos jovens⁸¹, isso é mais marcante, uma vez que essa faixa etária é extremamente interativa, com muita facilidade de se apropriar de novas tecnologias e novos espaços de interação virtual. Neste sentido, apesar da universalidade de acesso da televisão, a internet torna-se uma mídia com rápida expansão entre os jovens, e, da mesma forma que a televisão, pode promover a identidade cultural dos jovens, contribuindo para o processo de construção de valores sociais.

Essa rápida expansão, resultado da constituição de redes sociais, como Facebook, Orkut, Google Plus, Twitter, Youtube, MySpace, Whats App, blogs e fóruns em geral proporcionam entre os jovens uma ampla interação, além de uma rápida propagação da informação. Embora esses sites ou ferramentas atuem como suporte para as interações que constituirão as redes sociais “eles não são, por si, redes sociais. Eles podem apresentá-las, auxiliar a percebê-las, mas é importante salientar

⁸⁰ Para uma abordagem histórica, ver Castells (2003).

⁸¹ Segundo Prensky (2006), os jovens são considerados os “nativos digitais”.

que são, em si, apenas sistemas. São os atores sociais, que utilizam essas redes, que constituem essas redes” (RECUERO, 2009, p. 103). Conforme Machado e Tijiboy (2005, s/ p.), esses sites são os programas que funcionam como mediadores sociais que, por sua vez, favorecem a criação de redes de relacionamento “através de espaços onde o usuário pode juntar pessoas do seu círculo de relacionamento, conhecer outras que compartilhem os mesmos interesses e discutir temas variados, construindo diferentes elos entre os ‘eus’ privado e público”.

É nesse contexto que as redes sociais têm se tornado um dos meios mais populares de compartilhamento de informações, de relacionamentos pessoais e a base sobre a qual novas identidades coletivas anônimas são formadas. Segundo Garton, Haythornthwaite e Wellman, (1997), uma rede social se naturaliza quando uma rede de computadores conecta uma rede de pessoas e organizações. Para Aguiar (2007), os padrões de relacionamento encontrados nessas redes diferem substancialmente dos encontrados nas estruturas de redes conhecidos pela literatura desenvolvida nas redes sociais fora do mundo virtual.

Dessa forma, para Recuero (2009), uma rede é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. A abordagem de rede tem, assim, seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais (pessoas, instituições ou grupos, ou seja, os nós da rede) e nem suas conexões (interações ou laços sociais). Em termos gerais, as conexões em uma rede social são constituídas pelos laços sociais que, por sua vez, são formados através da interação social entre os atores. De um certo modo, são as conexões o principal foco do estudo das redes sociais, pois é sua variação que altera as estruturas desses grupos (RECUERO, 2009).

Com relação às interações sociais, para Primo (2003) existem duas formas de interação: (1) a interação mútua e (2) a interação reativa. Interação mútua é aquela caracterizada por relações interdependentes e processos de negociação, em que cada interagente participa da construção inventiva e cooperada da relação, afetando-se mutuamente; enquanto a interação reativa é limitada por relações determinísticas de estímulo e resposta. A interação realizada a partir das redes sociais é caracterizada não apenas pelas mensagens trocadas (o conteúdo) e pelos integrantes da rede que se encontram em contextos geográfico, social, político e temporal diferentes. Tal

interação é caracterizada também pelo relacionamento que existe entre os integrantes. Trata-se de uma construção coletiva, inventada pelos indivíduos que agem durante o processo, que não pode ser manipulada unilateralmente nem pré-determinada (PRIMO, 2003).

Nesta perspectiva de interações sociais realizadas através dos sites de redes sociais, a internet tem proporcionado a existência de uma sociedade em rede, em que a circulação de informações, economia e organizações estão constantemente correlacionadas em uma interação que proporciona a interdependência (CASTELLS, 2009). O autor defende que a internet se transforma em um meio de fortalecimento dos laços de interação social vividos no mundo fora do virtual e proporciona a expansão dos mesmos dentro do mundo virtual, aos quais ele denomina de comunidades virtuais.

Rheingold (1995) foi um dos primeiros autores a efetivamente utilizar o termo “comunidade virtual”, na área da comunicação. Para ele as comunidades virtuais são agregados sociais que “surgem da Rede [Internet], quando uma quantidade suficiente de gente leva adiante essas discussões públicas durante um tempo suficiente, com suficientes sentimentos humanos, para formar redes de relações pessoais no ciberespaço” (1995, p. 20).

Com base nessa definição, Recuero (2009) considera que os elementos formadores da comunidade virtual seriam: as discussões públicas; as pessoas que se encontram e reencontram, ou que ainda mantêm contato através da internet (para levar adiante a discussão); o tempo; e o sentimento. Esses elementos, combinados através do ciberespaço, poderiam ser formadores de redes de relações sociais, constituindo-se em comunidades.

Portanto as comunidades virtuais se fortalecem a partir das redes sociais constituídas dos sites de relacionamento, e as relações experimentadas dentro dessas comunidades caracterizam outra forma de sociabilidade, pois possuem características específicas proporcionadas pelo mundo virtual. Dessa forma, se ampliam os vínculos sociais e criam-se as condições para uma disseminação de “comunicação de massa com a penetração da comunicação pessoal” (CASTELLS, 2009, p. 446). Para Thompson e Hickey (2011) as novas tecnologias agem de forma diferente dos outros meios de socialização terciários – televisão e outros agentes de

mídia, como rádio, jornais e etc. –, isto porque as novas tecnologias não favorecem somente a transmissão de informações, mas também isolam o indivíduo.

Em estudo recente, Yang e Rhee (2010) avaliaram como o uso da internet tem se refletido nos padrões de comunicações familiares. Segundo a pesquisa realizada pelos autores, com jovens estudantes da Coreia do Sul, a internet é a fonte de informação das conversas familiares em casa sobre política. Contudo, os autores identificam que a comunicação estabelecida no cotidiano das famílias possui maior efeito nas conversas familiares sobre política, do que o acesso à internet feito pelos jovens.

2.5.2 Teorias sobre os impactos dos meios de comunicação no capital social: a internet

Os meios de comunicação de massa têm importante atuação na difusão de informações, uma vez que tendo como função social o papel informar, “muitas vezes, a cultura midiática divulga determinado fato, sem, no entanto, direcionar o enfoque segundo interesses particulares” (CRUZ, 2006, p. 78). Nesse sentido, a importância da informação assume centralidade para que os cidadãos sejam capazes de avaliar as situações existentes e assumir posicionamentos. Porém, mesmo estando na “Era da Informação”, como Castells define, – caracterizada não pela centralidade de conhecimentos e informações, mas pela aplicação desses conhecimentos e dessa informação para a geração de conhecimentos e de dispositivos de processamento/comunicação da informação, em um ciclo de realimentação cumulativo entre a inovação e o seu uso (CASTELLS, 2007) – o controle sobre as informações existe, principalmente pelos meios de comunicação de massa, e pode ser responsável pelas atitudes políticas desenvolvidas pela sociedade.

Por este motivo, os estudos sobre os efeitos dos meios de comunicação, em especial da internet, na opinião pública vêm ganhando espaço no campo da ciência política. O exemplo mais claro é o aumento das pesquisas sobre o impacto dos meios de comunicação nas eleições. A crescente relevância política das mídias é resultado da mediação do discurso político, que diz respeito ao acesso do público aos discursos políticos, e da mediação da realidade, o que é estabelecido como realidade, ou seja,

chega às pessoas aquilo que os meios decidem que é relevante. Por esses motivos, não podem ser ignorados os impactos políticos dos meios de comunicação para além dos momentos eleitorais.

Os estudos nesta área indicam que a política e a mídia estão cada vez mais entrelaçadas, visto que os meios de comunicação agenciam e potencializam os conteúdos culturais vigentes na sociedade. Esse entrelaçamento é sempre reforçado, pois o acesso às informações políticas é feito através das mídias (BEZERRA, 2007; LIMA, 2002; MATOS, 2009; MIGUEL, 1998; OLIVEIRA, 1999; REBELLO, 1996; RUBIM, 1994; SILVESTRIN, 2000; WOLF, 1995). Desde que os meios de comunicação assumiram o papel de instituição política, os processos políticos não se efetivam sem eles.

O entrelaçamento entre a comunicação e a política, ficou mais evidente nas duas últimas décadas com o surgimento das novas tecnologias de informação. A mídia vem produzindo um impacto no discurso político, principalmente, através da TV e internet, primeiro e segundo meios preferidos dos brasileiros⁸², respectivamente. Desse modo, segundo Dewey (2004), à imprensa caberia a função de agente promotora de discussão, cultivando na comunidade certas habilidades vitais, como ouvir, compreender, debater as diferentes alternativas e argumentar sobre o que está sendo proposto. Nessa direção, Schudson (1996) argumenta que o poder dos meios não está apenas (e nem sequer primariamente) no seu poder de fornecer as formas nas quais as declarações aparecem, ou seja, as notícias em um jornal ou televisão têm uma relação com o mundo real, não só no conteúdo, mas na forma, o que transfigura de tema de discussão para uma premissa de qualquer possível conversa.

Na perspectiva das teorias da comunicação, os estudos que avaliam os efeitos dos meios de comunicação na população, em um primeiro momento, se concentraram nas mensagens emitidas pelas mídias e seu efeito nos cidadãos e, no segundo momento, o foco foi o processo de seleção, produção e divulgação das informações através das mídias (WOLF, 1995). Nas ciências sociais e na ciência política, os trabalhos sobre os meios de comunicação estão mais focados nas eleições, mas também abordam o impacto dos meios de comunicação na consolidação da

⁸² Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia (2014, p.7), "o meio de comunicação preferido pelos brasileiros é a TV (76,4%), seguido pela internet (13,1%), pelo rádio (7,9%), pelos jornais impressos (1,5%) e pelas revistas (0,3%) – outras respostas somam 0,8%".

democracia, a partir dos efeitos nos níveis de capital social. Nesse aspecto, existem duas teorias: efeitos negativos e teoria da mobilização.

A primeira teoria, dos efeitos negativos⁸³, trabalha com a perspectiva que os meios de comunicação interferem de forma negativa no aprendizado dos assuntos públicos, diminuindo a confiança no governo e na participação política. A segunda teoria, a teoria da mobilização⁸⁴, acredita no poder de mobilização política das mídias.

A perspectiva dos efeitos negativos começou com os estudos de efeitos mínimos da mídia na opinião pública, na década de 1960, mas foi ganhando força pós-Vietnã e pós-Watergate, segundo Norris (2000), com possíveis explicações para o aumento da alienação dos cidadãos. Mas foi a partir de 1990 que essa perspectiva se ampliou, com as críticas aos meios de comunicação. Patterson (1998) constatou que as instituições representativas estavam enfraquecendo, e com isso era esperado que a mídia ocupasse esse lugar, mas, para o autor, o papel da mídia não é este. No entanto, o autor reconhece que cada vez são exigidas mais funções da mídia, para além de informar e vigiar o poder público, espera-se que ela consiga conduzir a agenda pública.

Para Patterson (2000), as tendências do jornalismo nos Estados Unidos se refletem no negativismo e no jogo. O jogo é a necessidade que o jornalismo tem de comercializar a informação, o que degrada a arena política, visto que os políticos e governantes necessitam disputar o poder perante a mídia. E o negativismo é a onda de aumento das notícias negativas, com relação às positivas. Isso acaba por desencadear um certo atrito entre a população e os seus representantes políticos. Segundo o autor (2000), a mídia tem ido além da crítica responsável, pois está roubando dos líderes políticos a confiança pública necessária para governar.

Os estudos do efeito negativo focam as análises no papel da televisão, pois dos meios de comunicação a TV tem maior acesso pela população. Com esse foco, Mervin (1998) corrobora com o efeito de degradação do poder público que a mídia ocasiona. Para o autor, a televisão se constituiu como meio principal de informação e mais confiável, nos Estados Unidos, pois transmite de forma simplista as informações,

⁸³ Alguns autores dessa posição são: Patterson (1998 e 2000), Mervin (1998), Negrine (1996), Capella e Jamieson (1997) e Putnam (1995).

⁸⁴ Alguns autores dessa posição são: Norris (1999), Newton (1999) e Matos (2007).

apenas como entretenimento. Além disso, sua cobertura política atinge a maioria da população, mesmo os que não buscam informações sobre esse campo.

Um dos estudos que respalda com a teoria dos efeitos negativos é o de Putnam (2002), o artigo "Tuning in, tuning out: the strange disappearance of social capital in America". O autor traz a televisão como a principal responsável, em especial o consumo de entretenimento, pela degradação do capital social nos Estados Unidos. Seu argumento é de que a televisão destruiu o capital social, à medida que substituiu as atividades sociais e de lazer fora de casa, além de ser responsável por uma visão mais cínica em relação à democracia. Segundo o autor, cada hora adicional assistindo televisão significa uma redução de 10%, aproximadamente, na maioria das formas de ativismo cívico. Para além da TV, Putnam também aponta a internet como maléfica para o engajamento cívico.

Nesse sentido, as novas tecnologias também estariam ocasionando mudanças em alguns aspectos da política nos países democráticos, principalmente, nas campanhas políticas e captação de recursos. Acima de tudo, as novas mídias estão afetando a maneira pela qual a opinião pública é formada e transmitida (PLATTNER, 2012). Por essa razão, a internet vem alimentando o debate começado pela TV em relação ao declínio do capital social. Nessa direção Putnam (2002) enfatiza que, em relação à internet, os americanos estão tecnologicamente avançados ao mesmo tempo em que socialmente mais isolados, porém isso não indica que a rede seja socialmente desmotivadora. Putnam lembra que quando 10% dos americanos tinham acesso à internet, em 1996, o baixo vínculo social e nível de engajamento cívico na América já existia há 25 anos. Por esse motivo, Putnam (2002) ressalta que não é possível afirmar que as relações sociais simplesmente se deslocaram do espaço físico para o virtual. Nesse sentido, "a internet poderia fazer parte da solução do problema cívico ou ainda exarcebá-lo, mas a revolução cibernética não o provocou" (PUTNAM, 2002, p. 227).

Como alternativa a estas perspectivas negativas em relação ao consumo dos meios de comunicação, em especial a TV e a internet, tem-se a teoria da mobilização. Essa perspectiva, segundo Norris (2000), precisa identificar os efeitos positivos e negativos de cada mídia, para que seja possível fazer uma análise mais aprofundada dos seus efeitos. Para a autora, apesar das grandes mudanças na indústria das

notícias, não existe clareza de que isso tenha deteriorado a cobertura política e causado efeitos negativos na população.

Norris (2000) considera que a notícia televisiva está fortemente associada ao engajamento político, que não existem evidências de uma relação negativa entre a ação de usar a mídia para buscar informações políticas e o interesse político, e que essa relação tende a ser positiva. Hooghe (2002) confirma com seu estudo, dizendo que a pesquisa demonstrou que os cidadãos que assistem a noticiários de TV são mais bem informados sobre a política e que estariam, então, mais propensos a participarem da vida social e pública. Mas ambos autores (NORRIS, 2000; HOOGHE, 2002), ressaltam que essa positividade não implica que a TV necessariamente leve a um forte engajamento cívico ou a um maior conhecimento sobre temas políticos.

Outro expoente da teoria da mobilização é Schudson (1996), que é crítico de Putnam por não esclarecer quais são os aspectos da televisão que ocasionam a queda do capital social: a notícia ou o entretenimento⁸⁵. Para Schudson (1996) a mídia mobiliza, pois possibilita o acesso aos fatos da vida pública, dos políticos e dos governantes, tornando os cidadãos mais confiantes, ou não, sobre a política. A pesquisa de Hooghe (2002) mostra que a TV pode ter um efeito positivo, já que está positivamente associada com o interesse por temas políticos. Por isso, para a teoria da mobilização, a TV poderia aumentar o conhecimento sobre os assuntos políticos e, por consequência, o engajamento cívico. Nesse sentido, Norris (2000) conclui que a mídia noticiosa age como um "círculo virtuoso", ou seja, os que mais conhecem, confiam e participam politicamente, com maior probabilidade, assistem a cobertura de assuntos públicos.

As duas teorias, de efeitos negativos e mobilização, não podem ser excludentes, é necessário relativizar os efeitos dos meios de comunicação, pois é perceptível que os conteúdos veiculados podem ocasionar tanto efeitos negativos quanto positivos. Além de ser necessário verificar os efeitos em diferentes aspectos da cultura política (crenças, valores e comportamentos) e nos diferentes tipos de capital social (encapsulado, emancipatório e virtual), para poder ter uma análise mais ampla. E isso vai depender do contexto histórico, social e político, além da cultura

⁸⁵ Alguns autores que trabalham com o impacto da internet no capital social: Recuero (2009 e 2012a), Primo (2013) e Norris (2001).

política de cada país ou região e, no aspecto mais individual, os efeitos de fatores como idade, sexo, religião, renda e escolaridade. É indiscutível o papel de informar que os meios de comunicação possuem, esse é um aspecto positivo, visto que o advento tecnológico permite ao cidadão ficar 24 horas por dia assistindo TV ou acessando a internet, para saber, quase que imediatamente, sobre tudo que está acontecendo no mundo. A assimilação do conteúdo recebido pode impactar na confiança e participação política dos indivíduos, como alguns autores apontaram, mas se será considerado um efeito negativo ou mobilizador, depende do impacto que isso vai ocasionar no sistema político vigente.

No caso brasileiro, os estudos buscam responder qual é o papel dos meios de comunicação no funcionamento da democracia brasileira (PORTO, 1997, 2003 e 2007; MESQUITA, 2008 e 2010; MIGUEL, 2008; MATOS, 2007 e 2009). Porto (1997) destaca que um dos impactos mais importantes da televisão é a personalização, ou seja, o processo político é apresentado cada vez mais como uma disputa entre pessoas e não partidos políticos, o que enfraquece os partidos. Segundo o autor (1997, p. 17), “a televisão não só transmite informações sobre o mundo da política: ela o interpreta, confere a ele um determinado significado”. Em um estudo sobre o impacto do Jornal Nacional na constituição de capital social, Mesquita (2008) apresenta resultados que indicam associações positivas entre os maiores consumidores do telejornal e diversas variáveis de confiança, avaliação, satisfação com democracia e até mesmo percepção da questão da corrupção. Entre outros estudos (RECUERO, 2006, 2009, 2012a, 2012b; MESQUITA, 2008; MATOS, 2007 e 2009), os resultados apresentados para o Brasil se assemelham aos de Norris, de que mesmo existindo um noticiário negativo, os cidadãos conseguem separar os desvios pessoais de corrupção das falhas de funcionamento de uma instituição.

A tese aqui desenvolvida se baseia na teoria da cultura política e a sua relação com a socialização política, o capital social e os efeitos do uso da internet. Em suma, a partir do pressuposto teórico de que a cultura política é constituída pela transmissão de valores, crenças, atitudes e comportamentos políticos através da socialização política, a presença de um novo agente socializador, no caso a internet, pode impactar, ou não, na constituição de uma cultura política participativa, com altos níveis de capital social. Essa relação causal surge da identificação de um processo híbrido

de socialização, que mescla transmissão de valores de forma intergeracional e pelo contato com as novas tecnologias de informação.

No caso brasileiro, no qual o contexto histórico é marcado por desigualdades sociais e econômicas e o contexto cultural por práticas de clientelismo, personalismo, patrimonialismo e individualismo, a internet parece estar protagonizando efeitos positivos e negativos, ao mesmo tempo, na estruturação de culturas políticas juvenis. No lado positivo, percebe-se a ampliação dos espaços para mobilização, enquanto no lado negativo, constata-se o estímulo de sentimentos de ódio e intolerância às opiniões divergentes. Nessa tese, parte-se do entendimento que pelo caráter híbrido da cultura política brasileira, a internet não se constitui em um dispositivo de socialização política no sentido de produzir cultura política participativa e capital social encapsulado. A internet, assim, pode estar reforçando a cultura política juvenil brasileira, caracterizada por apatia, desinteresse políticos e baixos níveis de capital social, além de estimular o ódio e a intolerância política, ao ser um novo agente socializador.

É pela percepção de que a cultura política existente impacta e está sendo impactada pelo uso da internet, que a tese se estrutura. Os próximos capítulos analisam os efeitos do uso da internet como um processo que começa com a socialização política e impacta na constituição da cultura política, com suas crenças, valores e comportamentos, e nos tipos de capital social.

3. SOCIALIZAÇÃO POLÍTICA DOS JOVENS E A INTERNET

As novas tecnologias estão frequentemente associadas com a mudança cultural, em especial entre as crianças e os adolescentes (MEAD, 1970). Os jovens são inundados pelo desconhecido, com isso os potenciais negativos e positivos desse contato criam novas ambiguidades, complexidades, medos e expectativas que podem desencadear uma mudança social (VENKATESH e VITALARI, 1985). A revolução digital, a internet e as redes sociais além de provocarem essas mudanças, podem também criar inversões significativas na hierarquia de conhecimento pai-filho e aluno-professor (GROSSBART, 2002; ANDERSON e MCCABE, 2012). Pela primeira vez em muitas famílias, os jovens podem ter mais experiência do que os pais sobre uma inovação que é central para a sociedade: a mídia digital.

Essa inversão acontece, pois, os jovens são considerados nativos digitais (*digital natives*), termo, criado por Prensky (2001), para descrever a geração de jovens nascidos a partir da disponibilidade de informações rápidas e acessíveis na internet. Assumindo que a internet se tornou um novo agente socializador, a socialização política dos jovens está acontecendo de forma híbrida, pois mistura o mecanismo tradicional de socialização, através da internalização de valores intergeracionais com os agentes tradicionais, e o mecanismo tecnológico, através da auto-socialização que os jovens fazem pela internet. Além disso, pressupõe-se que esse tipo de envolvimento digital está contribuindo para a construção de um novo senso de cidadania e uma cultura política juvenil mais participativa.

Este pressuposto tem gerado diferentes tipos de análises acerca das possibilidades democráticas da internet (GOMES, 2005; SILVA, 2005): (1) a internet e a socialização política (OWEN, 2008; ROBALLO, 2001; entre outros)⁸⁶; (2) a internet e a formação de identidades coletivas (MAIA e CASTRO, 2006; MITRA, 2004; ACKLANDA e O'NEILA, 2011; LAMB e POSTER, 2003; SOON e KLUVER, 2014); (3) como as interações digitais se constituem como indicadores de grau de participação e engajamento político⁸⁷ (LÉVY, 1999; CASTELLS, 2007; MAIA, 2008; EGLER, 2010;

⁸⁶ Outras abordagens sobre a internet e a socialização dos jovens, que não especificamente sobre a socialização política, trabalham com análises sobre consumo (PARENTE, SWINARSKI e NOCE, 2009) e gênero (PARENTE, SWINARSKI e NOCE, 2009).

⁸⁷ Esta análise será verificada nos próximos capítulos da tese.

PENTEADO, SANTOS e ARAUJO, 2012; EISENBERG, 2006; NORRIS, 2006; MARQUES, 2016).

Tais análises são importantes devido à inconformidade que os jovens têm com a política tradicional, que gera uma busca pela superação desta através de novos meios, no caso a internet. Com isso, infere-se que as novas tecnologias podem impactar no processo de socialização política dos jovens, através de novas formas de intercâmbio social, tais como mensagens instantâneas, redes sociais e salas de chat. Ou seja, a internet oferece um espaço alternativo e inovador para a socialização política e serve como um agente de influência em um contexto interativo, no qual o desenvolvimento da identidade ganha espaço⁸⁸. Anderson e McCabe (2012), constataam que há poucas pesquisas sobre a internet no contexto da socialização política dos jovens. Tal situação, segundo os autores (ANDERSON e MCCABE, 2012), aponta para a necessidade de mais estudos em virtude das suas características, que diferem dos demais meios de comunicação, de interatividade e anonimato (FRIESTAD e WRIGHT, 2005) e do uso de redes sociais via internet se constituir uma parte da subcultura da jovem geração contemporânea (MUSIAŁ e KAZIENKO, 2011).

Nesse sentido, Anderson e McCabe (2012) alertam que a visão tradicional de socialização se encaixa no conceito de um mundo estruturado que socializa os recém-chegados a ele. No entanto, com a internet, em vez de um mundo estruturado, um novo tipo de mundo está sendo construído, ou seja, os jovens estão se auto socializando (ANDERSON e MCCABE, 2012). Os autores ainda apontam algumas características da socialização feita através da internet. A primeira é que esta construção de mundo é feita, predominantemente, com outros jovens, visto que a internet é um espaço pouco povoado por pais e professores. Também apontam que a interação pode ser feita sem limites geográficos, o jovem pode socializar com jovens de qualquer lugar do mundo (ANDERSON e MCCABE, 2012). Outra característica é o anonimato que a internet permite ao usuário, ou seja, é um espaço onde o jovem pode falar o que pensa que não vai ser julgado ou se julgado não vai ser descoberto. Além dessas características, os autores também descrevem que os jovens

⁸⁸ Além disso, os jovens de hoje variam consideravelmente em suas habilidades, recursos e motivações quando começam a utilizar a internet (HELSPER e EYNON, 2010).

consideram a internet um espaço legal e que propicia a sensação de liberdade, a ampliação das redes de contatos, a diversão e a informação.

Com isso, Anderson e McCabe (2012) estabeleceram que a internet é um mecanismo moderno de socialização política da juventude, sugerindo que avanços tecnológicos de informação e comunicação podem ser poderosos indutores de atitudes e de comportamentos dos cidadãos. Essa evolução nas tecnologias revolucionou a estrutura tradicional de relacionamento (MUSIAL e KAZIENKO, 2011), sendo a solidariedade face-a-face substituída por expectativas abstratas e impessoais e normas de comportamento (PHILLIPS, 2008).

Na mesma direção, Paletz, Owen e Cook (2012) consideram a internet um agente potencialmente poderoso de socialização política por causa da grande quantidade de informação política disponível *online* e o fato de que as pessoas se envolvem ativamente com plataformas *online*. Segundo os autores (PALETZ, OWEN e COOK, 2012), não só as pessoas podem obter informações sobre o governo através de sites de notícias e blogs, como elas podem postar respostas às histórias e debater outros assuntos através de fóruns de discussão, bem como podem usar a mídia *online* para participar ativamente nos processos políticos, como as campanhas eleitorais. Nesse sentido, a evidência sugere que os jovens estão desenvolvendo suas identidades políticas *online*, ao mesmo tempo que aprendem sobre as diferenças entre os candidatos e os partidos políticos e adquirirão informações sobre problemas e eventos políticos. Os autores afirmam que os jovens usam as mídias sociais para criar comunidades *online* colaborativas que organizam as causas políticas, pressionam o governo e fazem campanha para candidatos. Todas essas atividades contribuem para a socialização de cidadãos engajados (PALETZ, OWEN e COOK, 2012).

Essa situação tem preocupado pais e educadores com a socialização política dos jovens através da internet, uma vez que estaria contribuindo para uma cidadania alienada da política, caracterizada pela desconfiança no governo. Isso porque muitas das mensagens na internet que os jovens recebem sobre política são negativas, além disso eles passam pouco tempo discutindo estas mensagens com outras pessoas ou descobrindo as maneiras pelas quais eles podem se envolver ativamente no mundo político. Alternativamente, segundo Paletz, Owen e Cook (2012), a exposição mais

ampla aos conteúdos políticos, quando comparado com qualquer geração anterior, pode contribuir para uma maior sensibilização em relação ao governo e às oportunidades para a ação cívica, além de oportunizar a participação política *online*.

Moeller e Vreese (2013) também afirmam que os meios de comunicação, em especial a televisão e a internet, têm um impacto considerável na vida e no desenvolvimento político dos adolescentes, visto que estes gastam em média oito horas por dia usando a mídia, no caso dos jovens europeus. Ao fazerem isso, potencialmente aprendem sobre os eventos atuais, tornam-se familiarizados com os atores da arena política nacional e internacional e são introduzidos às diferentes avaliações sobre a política. Estes são ingredientes importantes do processo de socialização para se tornarem cidadãos políticos, para isso é necessário que os jovens utilizem a internet não só como entretenimento, mas também como uma ferramenta de informação.

Smith, Hewitt e Skrbiš (2015) identificam três principais mecanismos que influenciam a socialização política dos jovens e valores a respeito do uso da internet: (1) as características de design do meio ou plataforma que eles estão usando; (2) normas, regras e expectativas que se aplicam ao seu uso; e (3) a sua capacidade de aprender com as experiências de uso anteriores. O primeiro diz respeito ao processo de aceitação do usuário de um novo dispositivo ou plataforma de uso, devido aos atributos deste que influenciam as percepções dos indivíduos (como Facebook ou YouTube) (SMITH, HEWITT e SKRBIŠ, 2015; ROGERS, 2003)⁸⁹.

O segundo mecanismo é sobre a influência dos discursos reguladores nos valores dos jovens a respeito do uso de internet (SMITH, HEWITT e SKRBIŠ, 2015)⁹⁰.

⁸⁹ Segundo Smith, Hewitt e Skrbiš (2015), quando um novo dispositivo ou plataforma de uso, ou gênero de uso emerge, potenciais adotantes prestam atenção a suas vantagens relativas em relação às tecnologias e práticas existentes, a sua complexidade e sua compatibilidade com os seus valores mais amplos e estilos de vida. Isto implica que estes atributos são fixos e inerente à própria inovação e que a maioria das pessoas irá formar opiniões semelhantes sobre a inovação ao longo do tempo. À medida que aprendem sobre as vantagens e desvantagens do projeto de uma inovação, os indivíduos mudam de uma posição de valor neutro para uma decisão sobre se deve ou não adotar. A representação dos jovens como "nativos digitais" implica que eles têm características que os colocam na vanguarda deste processo de adoção de inovação, como sendo mais cosmopolita, tolerante de incerteza e adaptável a mudanças. Juntas, essas contribuições sugerem que a maioria dos jovens chegam a orientações semelhantes, e em grande parte positivas, para novas formas de uso da internet como estas surgem.

⁹⁰ Smith, Hewitt e Skrbiš (2015) afirmam que existem diferenças entre o acesso à internet dos jovens em casa e na escola. Enquanto a maioria das escolas empregam regras, vigilância e outras medidas para regulamentar o uso da internet, a mediação de uso em casa dos pais é mais variada. Alguns jovens podem, portanto, gravitar em torno dos usos acadêmicos incentivados pelos pais e professores, enquanto outros podem prosseguir os usos sociais/lazer que atraem a aprovação pelos pais.

Conforme os autores, os pais e professores interpretam o uso acadêmico da internet como legítimo, desejável e adequado, através de uma variedade de meios informais (por exemplo, normas e expectativas) e meios formais (ou seja, regras explícitas). As percepções dos jovens sobre as vantagens e desvantagens da utilização da internet pode, portanto, variar as formas de reprodução das desigualdades sociais. Para os autores, isso envolve três processos relacionados: (1) os jovens internalizam valores específicos de status sobre o que constitui um uso benéfico e de aumento de capital de terceiros influentes (por exemplo, pais, irmãos, professores e colegas); (2) estes valores são reforçados por mecanismos (por exemplo, normas, regras e expectativas) que recompensam certas utilizações e marginalizam outras; e (3) isso diferencia ainda mais o acesso aos recursos econômico, social, cultural e tecnológicos esperados dos jovens quando acessam a internet.

Nesse sentido duas pesquisas apontam a relação direta entre o poder econômico da família e o uso da internet por parte dos jovens (ANGUS, SNYDER e SUTHERLAND-SMITH, 2004; PUTNAM, 2015). A primeira, de Angus, Snyder e Sutherland-Smith (2004), é uma pesquisa qualitativa com jovens australianos, que constatou que em casa e na escola o uso da internet é reforçado pelos laços estreitos entre os pais com maior capital econômico ou cultural.

A segunda pesquisa também qualitativa, de Putnam (2015), realizada com jovens norte-americanos, argumenta que o acesso igual à internet não garante que todos ganhem benefícios iguais, pois existe uma carência de conhecimento digital por parte das crianças de classes mais baixas, principalmente, no que diz respeito ao aumento de suas oportunidades de estudo e de trabalho. Para Putnam (2015), pelo menos nesse ponto de sua evolução, a internet se mostra mais provável de ampliar a lacuna de oportunidades do que de diminuí-las. Além disso, quando se estabelece a relação entre desigualdade de acesso e engajamento político motivados pela internet, Putnam (2015) identificou que, comparados aos mais pobres, os jovens de classes mais altas (e seus pais) estão mais propensos a utilizarem a internet para empregos, educação, política e engajamento social, saúde e pesquisas, e menos para entretenimento e diversão (PUTNAM, 2015)⁹¹.

⁹¹ Livingstone e Helsper (2007) afirmam que, por meio da formulação de entendimentos e experiências dos benefícios e riscos da utilização da internet pelos jovens, tais diferenças de uso da internet podem agravar em desigualdades sociais e econômicas durante a transição para a vida adulta.

O terceiro mecanismo que influencia a socialização política dos jovens e valores a respeito do uso da internet, apontado por Smith, Hewitt e Skrbiš (2015), está relacionado com a afirmação de que os jovens também aprendem a avaliar os benefícios e os custos da utilização da internet através da experimentação de diferentes usos, além de experimentar seus resultados em contextos variados. A natureza ubíqua e multifuncional da utilização da internet torna difícil situar juízos de valor em relação a qualquer dado discurso ou contexto, em vez disso, os usuários ajustam os seus pontos de vista sobre a "função" de uma tecnologia com base em suas experiências de uso anteriores.

Nesse sentido, o processo de socialização estaria, presentemente, ocorrendo em circunstâncias diferentes, nas quais a internet aparece como mecanismo central de outro tipo de socialização política. Ao aumentar a comunicação, além de unir grupos e indivíduos diferentes que nunca haviam tido contato anteriormente, a internet possibilita aos jovens assumirem comportamentos e causas de natureza social e política de seu interesse, constituindo-se em uma oportunidade no aumento da participação política dos jovens.

3.1 COMO OS JOVENS INTERNALIZAM VALORES E FORMAM IDENTIDADES COLETIVAS COM O ADVENTO DA INTERNET?

Hoje está se experimentando a virtualidade do real (CASTELLS, 2007), pois a penetração da internet em praticamente todas as atividades rotineiras do indivíduo promoveu a emergência de novos fenômenos (CEBRIÁN, 1999) e da homogeneização cultura em que práticas, atitudes, comportamento e valores circulam mundialmente pela cibercultura (LÉVY, 1999), assim como desencadeou profundas transformações sociais (ABREU, 2006). Sendo indiscutível que as tecnologias de informação e comunicação são um dos fatores marcadamente presentes na sociedade contemporânea. Essa evolução nas tecnologias revoluciona significativamente a sociedade, a cultura, a economia e a política, entre outros setores, o que pode alterar ou não a estrutura já tradicional de relacionamento. Isso porque cada vez mais as pessoas lidam cotidianamente com a internet, buscando informações, aprimorando seus conhecimentos, conhecendo novas pessoas e

realizando atividades que antes consumiam mais de seu tempo, como transações bancárias, negócios e agendar seus compromissos.

Em primeiro lugar, é importante compreender que a internet propicia um espaço de interação, no qual as pessoas compartilham seus problemas, suas opiniões e debatem sobre determinados assuntos. Nesse sentido, precisamos entender que a internet é a base que estrutura essas novas relações que compõem a sociedade em rede (CASTELLS, 2007) ou o ciberespaço e a cibercultura (LÉVY, 1999). Para Castells (2007), a revolução da tecnologia da informação e a reestruturação do capitalismo introduziram uma nova forma de sociedade, a sociedade em rede. Os processos de aprendizagem se tornam, de alguma forma, obsoletos, e para Lévy (1999), isso é devido a chegada do ciberespaço. Nesse sentido, o autor afirma que a “inteligência coletiva” está construindo uma nova cultura que incorpora os valores, as atitudes, as práticas, os modos de pensamento, e, também, o conjunto de técnicas usadas no ciberespaço, que se trata da cibercultura, uma cultura que é universal, mas não totalitária.

O espaço virtual permite que as pessoas formem laços com outros indivíduos que compartilham da mesma identidade, e sem esse espaço tais indivíduos estariam separados. A internet vem se constituindo um elemento de cultura tecnológica que tem permitido a reinvenção do "eu" como entidade fragmentada, flexível e múltipla, que vem sendo coadjuvante no desenvolvimento de novas formas de interação social e na gestação de uma nova cultura de democratização intelectual, onde os processos de construção, desconstrução e transformação da identidade nos meios virtuais contribuem para um aprendizado do indivíduo sobre a sua própria substância e sua visão de mundo (TURKLE, 1997).

Novos valores estão sendo internalizados e novas identidades estão sendo (re)construídas, com a interação que é propiciada e estimulada com as interações virtuais, novas relações se estabelecem e novas configurações de relacionamento também se apresentam. Nos afetos virtuais com desconhecidos, por exemplo, mostram-se as identidades projetadas, as impressões são administradas, ou seja, o “eu” procura mostrar ao “outro” apenas seus aspectos positivos. É freqüente haver, então, uma identidade social virtual e uma identidade real, distintas entre si. Trata-se de uma espécie maleável de identidade, “identidade instantânea” ou até de identidade

líquida, como poderia dizer Bauman (2001), e que pode ser expressa através de diversos recursos comunicativos, visando diferentes “platéias”, mais amplas ou mais restritas (usando-se poemas ou outros recursos que só poderão ter significado para aqueles “entendidos”).

A internet se converteu, portanto, em um “laboratório para a realização de experiências com as construções e reconstruções do “eu” na vida pós-moderna, uma vez que, na realidade virtual, de certa forma moldamo-nos e criamo-nos a nós mesmos” (GARBIN, 2003, p.126). Para Garbin (2003), a cibercultura possibilita a criação de novas identidades partilhadas, múltiplas, fragmentadas, projetadas e identidades eletrônicas. Diferentes identidades interagem recriando a si e ao outro constantemente, unidas pela identificação de interesses e/ou objetivos e pela diferença.

Turkle (1997) e Ribeiro (2003) notam a existência da possibilidade de que haja uma identificação mais profunda, em algumas circunstâncias e devido aos motivos mais diversos, entre a identidade social e o papel desempenhado nos “mundos virtuais”, o que poderia promover alterações na estrutura da personalidade do indivíduo. Ou seja, algumas pessoas acabariam vivenciando tão intensamente as identidades virtuais que acarretaria na gradativa incorporação de sua identidade virtual na sua maneira habitual de ser no “mundo real” (YEE, 2007). Em situações mais extremas, isso ocasionaria até mesmo uma percepção de equivalência entre as duas esferas relacionais. Segundo Yee (2007), isso não pode ser visto apenas como uma ocorrência casual, derivada de um simples deslocamento de um ambiente social para outro, mas sim como resultante de um complexo processo de sucessivas identificações provisórias, intercambiáveis, proporcionadas e ajustadas às diversas demandas e variáveis presentes na vivência das situações contextuais.

Para além desses possíveis intercâmbios entre identidades do mundo real e do mundo virtual, a internet vem sendo altamente valorizada por proporcionar recursos para que grupos expressem e atualizem suas identidades, seus valores e interesses. Um dos trabalhos que evidencia bem o uso da internet como construção de identidades coletivas é da Mitra (2004), através do estudo de sujeitos subordinados ou grupos marginalizados. Segundo a autora (2004), as novas tecnologias digitais estão transformando o sentido de silêncio ao oferecerem oportunidades para grupos

tradicionalmente invisíveis, como as mulheres do Sul da Ásia, encontrarem um novo espaço discursivo, onde podem falar de si mesmas e, assim, tornarem-se visíveis e percebidas', difundindo uma identidade.

Mitra (2004), além de fazer a relação entre a metáfora da voz e os processos de identidade, procura identificar como essa relação se intensifica a partir da mediação no ciberespaço. Segundo Mitra, os dispositivos da internet possibilitam a inter-relação dos processos de construção identitária, a formação de comunidades e a emissão de vozes de grupos marginalizados. A possibilidade de os sujeitos falarem por si e de se identificarem em comunidades, o que acabaria por formar identidades coletivas em volta de um determinado interesse. Mitra (2004) conclui que na mídia tradicional se constrói um discurso sobre o outro, já na internet, grupos marginalizados não só podem falar por si, como podem esperar respostas de seus interlocutores.

A própria arquitetura dos espaços de discussão *online* gera especificidades, como o potencial para a efetivação de uma identidade antes somente imaginada, ou nas relações entre invisibilidade e vigilância, que reconfiguram o problema da identidade auxiliada pelos dispositivos tecnológicos. Vilches (2009, p. 39) afirma que “quanto mais os indivíduos percebem e representam sua própria identidade, melhor funciona a comunicação digital”. Essas identidades e comunidades são formadas ao redor de “discursos compartilhados pelos membros que habitam o espaço virtual transnacional dos computadores e da internet” (MARTINO, 2009, p. 145).

Weber e Mitchell (2008), por sua vez, destacam que a construção de uma identidade na internet, que pode ser chamada de identidade digital ou ciberidentidade⁹², é complexa, essa construção parte da própria identidade existente somando-se a outros elementos dispares nos processos de interação. É possível encontrar tanto rupturas quanto continuidades entre a constituição de identidades no mundo real e no mundo virtual (GARCÊZ, 2011). Para Area (2011), os indivíduos possuem uma identidade que é reconhecida e bem definida na sua vida real, porém quando esses indivíduos não possuem visibilidade no mundo virtual suas identidades ficam incompletas. O autor destaca que hoje em dia

⁹² Ver Hall (1997).

el joven o el profesional que no tiene un espacio propio y reconocible en internet – sea en formato blog, de sitio web, de cuenta en una red social, en una lista de distribución de correo electrónico – no existe en el ciberespacio y, en consecuencia, está aislado y sin identidad en el ecosistema de comunicación digital (AREA, 2011, p.97)⁹³.

Os estudos aqui examinados apontam para a internet como uma ferramenta facilitadora para a formação de identidades coletivas virtuais através da aproximação dos interesses dos indivíduos, porém tais identidades no ciberespaço parecem estar ligadas a novos territórios, formas e significados, visto que as interações possibilitam liberdade para a criação de identidades múltiplas e fragmentadas, pois os indivíduos carregam consigo sua identidade do mundo real que é formada por suas expectativas e seus valores. Mesmo com essa multiplicidade e fragmentação, Feenberg (2010) coloca a internet como uma tentativa bem-sucedida de conduzir a tecnologia para fins mais democráticos, pois aumenta a comunicação, além de unir muitos grupos e indivíduos diferentes que nunca haviam tido contato anteriormente.

3.2 O LADO ANTISSOCIAL DA INTERNET

A internet como um agente socializador, que colabora com a internalização de valores e a criação de identidades coletivas, precisa ser bem analisada quanto às suas consequências. Apesar de não ser uma tarefa fácil, devido ao pouco tempo de introdução dessa mídia na sociedade, é necessário este passo, no sentido de verificar como a atual geração de jovens está se socializando e que valores está internalizando com a internet. Constata-se que a influência dos meios de comunicação, em especial desde o surgimento da internet, sobre as atitudes das crianças em relação aos líderes e governos tornou-se mais negativa ao longo do tempo, visto que as mensagens da mídia se concentraram mais em escândalos pessoais e na disfunção institucional (ANDERSON e MCCABE, 2012).

Ao buscar analisar as consequências de uma socialização política com o uso da internet, é importante estabelecer que essa socialização não se dará apenas com resultados positivos (ANDERSON e MCCABE, 2012; PALETZ, OWEN e COOK,

⁹³ O jovem ou o profissional que não tem espaço próprio e reconhecimento na internet – seja em formato de blog, de site eletrônico, de conta em uma rede social ou em uma lista de distribuição de correio eletrônico – não existe no ciberespaço e, como consequência, está isolado e sem identidade no ecossistema da comunicação digital (tradução da autora).

2012), mas também com negativos (LYNCH, 2015). E nesse sentido, Lynch (2015) trabalha com o lado antissocial da internet. Não no sentido psicológico da palavra⁹⁴, que sem dúvida apresenta diversas consequências nos usuários como individualismo, isolamento e solidão, mas no sentido sociológico de que a internet é capaz de produzir comportamentos contrários ao interesse comum e ao bem-estar de uma população.

O estudo realizado por Lynch (2015), proporciona evidências importantes sobre o termo antissocial, o qual é importante para a compreensão dos efeitos do uso da internet na socialização política, em especial dos jovens. O trabalho do autor é sobre a influência da mídia no fracasso das transições democráticas árabes. Para ele, os fracassos da mídia árabe, no despertar da chamada Primavera Árabe, são uma história que serve de lição, pois são um aviso sobre as ciladas que se alinham pelo caminho da transição entre um governo autoritário e uma esfera pública pluralista. Conforme Lynch (2015, p. 90), “in the Arab world, many of the same things about the media that facilitated the sudden emergence of mass protest movements proved harmful to the consolidation of democratic transitions”⁹⁵.

A mídia árabe desempenhou um papel destrutivo durante as tentativas de transição por três grandes razões: captura política, propaganda do medo e polarização (LYNCH, 2015). Primeiro, a mídia mostrou que é susceptível de ser capturada politicamente por estados, movimentos políticos ou velhas elites⁹⁶. Em relação à propaganda do medo, tanto os meios de comunicação de massa quanto a mídia social aumentaram o medo e a incerteza que inevitavelmente acompanham as transições⁹⁷.

⁹⁴ Para compreender sobre o comportamento antissocial gerado pelo uso da internet ver Wielenska (2010).

⁹⁵ No mundo árabe, boa parte daquilo que, na mídia, facilitou a súbita emergência de movimentos de protesto de massa, também acabou sendo prejudicial à consolidação das transições democráticas (Tradução da autora).

⁹⁶ Estações transnacionais de televisão por satélite, como a Al Jazeera, que já serviu como uma esfera pública virtual árabe, transformaram-se em personagens partidários que apoiam os interesses de seus patronos estatais ou de seus representantes locais. Setores da mídia estatal resistiram a importantes reformas, deixando que canais de televisão e outros meios de comunicação de grande audiência se tornassem uma arma potente nas mãos de aparatos de segurança e do velho regime. A maioria das novas estações de televisão e outros meios de comunicação pertencem a empresários ricos e politicamente ambiciosos, ou a movimentos políticos, e as coberturas eram talhadas de forma a atender a seus interesses (LYNCH, 2015).

⁹⁷ Segundo Lynch (2015), ambos elevaram os temores ao publicar informações, ideias e rumores preocupantes, e também encorajaram segmentos do público a se auto-segregarem em câmaras de eco onde somente este tipo de informações polarizadas tendia a circular.

E, finalmente, a captura política e a incerteza institucional criaram as condições ideais para uma intensa polarização⁹⁸.

Com isso, Lynch (2015) afirma que pelo menos parte da culpa pelo fracasso das transições árabes pode ser atribuída aos efeitos destrutivos do ambiente da nova mídia, pois esta contribuiu para a falência da transição do Egito e quase sabotou a da Tunísia. O autor complementa que na Líbia, Síria e Iêmen, a mídia fragmentada contribuiu para a polarização, proporcionou um veículo chave para combates por procuração entre potências regionais e deu forma à lógica da violência (LYNCH, 2015). Segundo Diamond (2011), as novas plataformas trouxeram mudanças para o mundo da mídia árabe, mas não foram capazes de escapar de suas patologias, e com frequência ainda pioraram a situação. Conforme Lynch (2015),

Social media rarely cause political instability in the absence of prior grievances or structural conditions, but they do act as an accelerant and intensifier of many forms of political mobilization and can facilitate sudden outbursts of intense political contention (LYNCH, 2011). Social-media platforms give the discontented tools for organizing movements, spreading information, and evading state control over the flow of news and ideas. Social media, with its immediacy and mediated intimacy, may create a greater willingness to help a shared cause – perhaps by sending money, or even by sending oneself to a conflict zone. What helps activism does not necessarily aid the consolidation of democracy, however. The acceleration and intensification of political communication nurtures a sense of constant crisis, while the flow of rumors through partisan and sectarian networks exacerbates social distance. Unfortunately, the very qualities that made Facebook and Twitter so useful for coordinating protests during the time of antidictatorial mobilization also made these sites troubling carriers of highly destructive rumors and falsehoods during the time of transition (LYNCH, 2015, p. 96-97)⁹⁹.

⁹⁸ Lynch (2015) destaca que é comum que as redes de comunicação busquem seus nichos políticos distintos e se atenham a estes grupos, excluindo outros. Os islamitas assistiam a um determinado conjunto de canais de televisão e postagens no Twitter, enquanto os seus adversários assistiam a coisas completamente diferentes. As redes que tentaram permanecer no meio termo geralmente lutavam para conseguir audiência. Assim, a Al Jazeera deixou de ser uma fonte primária de notícias que cruzava as linhas ideológicas para se tornar uma rede voltada aos islâmicos, sendo então marginalizada por seus inimigos. A mídia nos estados em transição como o Egito e a Tunísia rapidamente se polarizou assim que o momento do entusiasmo revolucionário deu lugar ao duro combate político acerca da extensão das reformas, da distribuição de poder e da identidade do estado. Em estados debilitados como a Líbia e o Iêmen, não havia uma mídia nacional confiável e as redes que se alinharam com esta ou aquela facção ideológica ou local se tornaram a fonte primária de informação. Na mídia social, a auto-segregação em agrupamentos ideológicos ou sectários levou a política para o extremismo, corroe os pontos em comum, e acentuou ainda mais os conflitos e divisões.

⁹⁹ A mídia social raramente causa instabilidade social na ausência de descontentamentos ou condições estruturais já existentes, mas ela age como uma força de aceleração e intensificação de muitas formas de mobilização política, podendo por isso facilitar repentinas eclosões de intensa contenda política (LYNCH, 2011). As plataformas de mídia social oferecem aos descontentes os instrumentos para a organização de movimentos, disseminando informação e escapando ao controle estatal sobre o fluxo

Depois desta contextualização da influência das mídias digitais no fracasso das transições democráticas no mundo árabe, Lynch (2015) introduz a ideia de que a mídia social tem um lado antissocial, no qual corrompe as motivações das mobilizações. Para Lynch (2015) existem dois aspectos sobre os ambientes mediados socialmente, que podem tornar a mídia destrutiva em situações de transição: “auto seleção” e “capacidade de tornar-se viral”. Tais aspectos se referem ao fato de que a mídia social leva as pessoas a se juntarem em comunidades relativamente fechadas a partir de suas ideias em comum, e as encoraja a ver as coisas de uma forma peculiarmente urgente e intensa, a partir de informações que jorram amplamente nas redes, na velocidade da luz (LYNCH, 2015). A lógica é que os indivíduos que se agrupam tendem a ser expostos às informações que reafirmam seus pontos de vista, e em situações de opiniões contrárias, estas são ridicularizadas ou questionadas¹⁰⁰.

Nesse sentido, os resultados apontados por Lynch (2015) no mundo árabe são de que a mídia social serviu para reforçar e não para contrabalancear os efeitos negativos das transmissões da mídia nacional e transnacional depois dos levantes árabes, além disso o movimento *online* em direção ao fechamento em grupos sociais e ao conflito mais exacerbado amplificou as vozes extremadas, deu asas a boatos malignos, e impediu que posições de meio termo se estabelecessem. O desfecho foi que as reformas significativas ficaram mais difíceis, a polarização social mais dura e as transições mais predispostas a fracassar (LYNCH, 2015)¹⁰¹. Ou seja, para Lynch

de notícias e ideias. A mídia social, com seu imediatismo e intimidade mediada, pode criar um desejo maior de ajudar uma causa comum – enviando dinheiro, ou até mesmo se engajando em uma zona de conflito. Porém, o que ajuda o ativismo não favorece necessariamente a consolidação da democracia. A aceleração e a intensificação da comunicação política nutrem um senso de crise constante, enquanto que o fluxo de boatos através de redes partidárias e sectárias exacerba a distância social. Infelizmente, as mesmas qualidades que fizeram do Facebook e Twitter instrumentos tão úteis para a coordenação dos protestos durante a mobilização de oposição às ditaduras, também fizeram destes sites meios de transporte de boatos e histórias falsas altamente destrutivas, nos períodos de transição (Tradução da autora).

¹⁰⁰ Segundo Lynch (2015), os debates que ocorrem no interior de agrupamentos de cabeças similares tendem a favorecer o extremista, em detrimento do moderado cauteloso. Isto tem implicações perturbadoras em países com divisões sociais, étnicas ou políticas. A mídia social é ótima no cultivo do sentimento de identidade ofendida entre “os de dentro” e também na mobilização de fúria e ressentimento contra “os de fora”. O ódio cultivado contra os inimigos internos pavimentou o caminho para a entusiasmada adesão popular ao golpe de 2013 no Egito, enquanto que o sectarismo e o jihadismo correram soltos pela mídia social nos estados do golfo.

¹⁰¹ O autor (LYNCH, 2015) ressalta que o papel da mídia não deve ser visto fora do contexto geral dos desafios políticos. Os efeitos perniciosos da mídia árabe emergiram em ambientes transicionais caracterizados pela incerteza institucional, insegurança pessoal e divisões ideológicas ou sectárias. Esta incerteza, medo e ira criaram um clima fértil e uma audiência ávida por uma mídia sensacionalista que atçava boatos, incitava o ódio contra adversários políticos, e estimulava as narrativas que promoviam divisão e demonização. Em especial, os momentos transicionais na maior parte dos casos

(2015), a mesma mídia que ajudou a lançar os levantes árabes mostrou-se igualmente eficiente na condução de ressentimentos, medo e divisão, e na desmobilização de públicos exaustos, porém as transformações subjacentes no ambiente da mídia que originalmente deram poder aos levantes árabes ainda não desapareceram, nem tampouco se diluiu o profundo descontentamento que deu origem às ondas de protestos. Quando as condições políticas mudarem, provavelmente a mídia irá de novo acelerar e intensificar os protestos e desafios políticos aos frágeis novos regimes autoritários da região (LYNCH, 2015).

Tanto as exposições sobre a influência da mídia nas mobilizações no mundo árabe e no fracasso das transições democráticas, quanto a introdução de uma análise do lado antissocial da mídia social, feitos por Lynch (2015), elucidam sobremaneira a importância de estudos sobre os efeitos do uso da internet, não só na socialização política dos jovens, como também no engajamento político, na confiança institucional e no interesse político. O caso brasileiro, que está se vivenciando desde as manifestações de Junho de 2013, são um exemplo da mobilização oportunizada pela internet, que mostrou grande potencial de engajamento. No entanto, percebe-se uma degradação desse envolvimento tanto em quantidade, na continuação de mobilizações, quanto de qualidade, nos motivos das mobilizações. Assim como no mundo árabe, as manifestações que começaram em 2013 no Brasil com um motivo de reivindicação por melhorias no país, chegaram a polarização de manifestações pró e contra o governo federal da presidenta Dilma Rousseff. Ao entrar nas redes sociais, percebe-se a disseminação dos conflitos pelo indivíduo que tem uma opinião diferente, produzindo uma polarização nos debates e uma intolerância ao debate político.

O contexto atual no Brasil pode auxiliar na forma como os jovens estão se socializando politicamente através da internet e isso vai influenciar diretamente no tipo de cultura política que está sendo constituída. Desse modo, é importante verificar o quanto o jovem está utilizando a internet como agente socializador, a importância que está dando as informações políticas veiculadas na internet, a confiança nesse meio de comunicação e as interações que está realizando através dela. Para que possa ser

árabes revelaram intensas discordâncias sobre identidade nacional e profundos receios quanto ao futuro.

possível analisar o grau de influência do uso da internet na construção de uma cultura política e nos níveis de capital social. A seguir são analisados dados sobre a socialização política dos jovens e a internet.

3.3 ANÁLISE DE DADOS

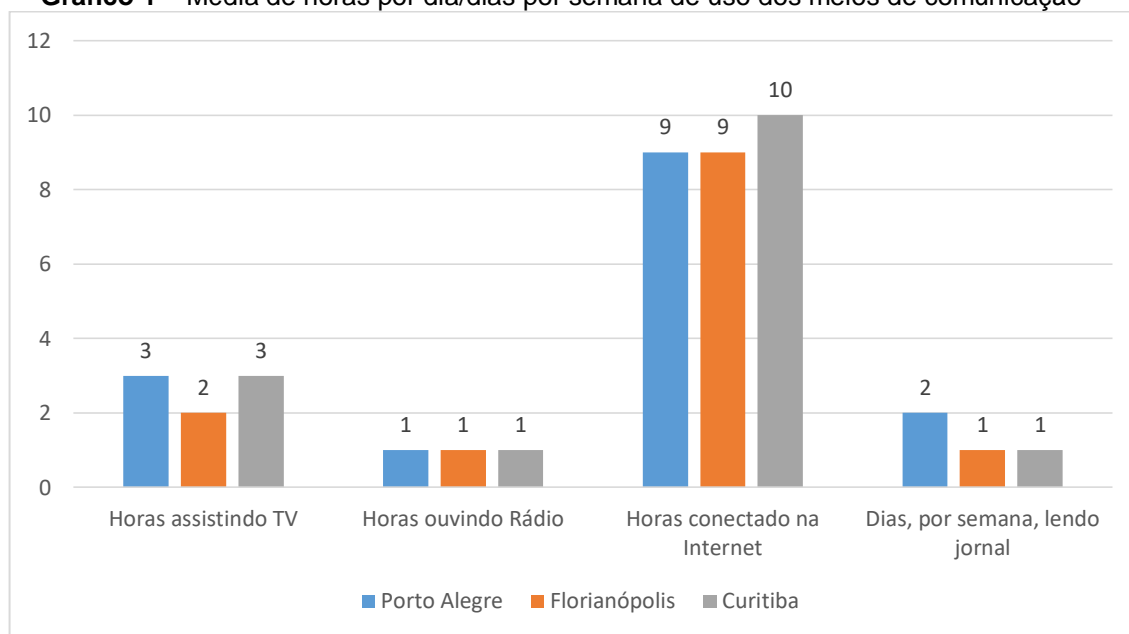
A partir dos estudos sobre socialização política dos jovens através da internet se pode identificar seis eixos explicativos desse processo: (1) a quantidade de tempo na internet e nas redes sociais (CASTELLS; 2007; PALETZ, OWEN e COOK, 2012; PUTNAM, 2015; PRENSKY, 2001; MUSIAL e KAZIENKO, 2011); (2) o perfil dos jovens na internet e nas redes sociais, que seria de usar essas ferramentas para criar comunidades *online* colaborativas que organizam as causas políticas, pressionam o governo e fazem campanha para candidatos (PALETZ, OWEN e COOK, 2012; MARTINO, 2009; MITRA, 2004), formando assim suas identidades coletivas (MARTINO, 2009; MITRA, 2004); (3) frequência do uso da internet e das redes sociais para conversar sobre assuntos políticos, essa ação é feita predominantemente com jovens (ANDERSON e MCCABE, 2012); (4) buscar informações e formar opinião com o auxílio da internet e das redes sociais (PALETZ, OWEN e COOK, 2012); (5) motivação do uso da internet e das redes sociais, que para Anderson e McCabe (2012) seria pela possibilidade de ampliação das redes de relacionamento, diversão e informação, enquanto para Putnam (2015) essa motivação depende da classe social do jovem; (6) influência do uso da internet e das redes sociais nas atitudes e comportamentos dos jovens (ANDERSON e MCCABE, 2012), pois o uso dessas novas tecnologias de informação e comunicação se constituem em uma subcultura, segundo Musial e Kazienko (2011), ou em uma cibercultura (LÉVY, 1999).

Com base nesses seis eixos e com o intuito de contextualizar e examinar o processo de socialização política, internalização de valores e formação de identidades coletivas de jovens estudantes em um contexto de novas tecnologias de informação, que as análises desse capítulo são realizadas. Além disso, também é testada a formulação de Lynch (2015) de que a internet e as redes sociais possuem um lado antissocial, de caráter corrosivo para a democracia.

3.3.1 Quantidade de tempo na internet e nas redes sociais

Um dos principais argumentos sobre a internet ser um novo agente socializador reside na quantidade de tempo que os jovens passam nela (PALETZ, OWEN e COOK, 2012; PUTNAM, 2015; PRENSKY, 2001; MUSIAL e KAZIENKO, 2011), seja para ver vídeos, acessar redes sociais ou ler notícias. Isso estaria subsidiando uma nova socialização política, diferente da tradicional vivenciada pelas gerações anteriores. O Gráfico 1 apresenta a média de horas/dias que os jovens utilizam os meios de comunicação nas cidades pesquisadas.

Gráfico 1 – Média de horas por dia/dias por semana de uso dos meios de comunicação¹⁰²



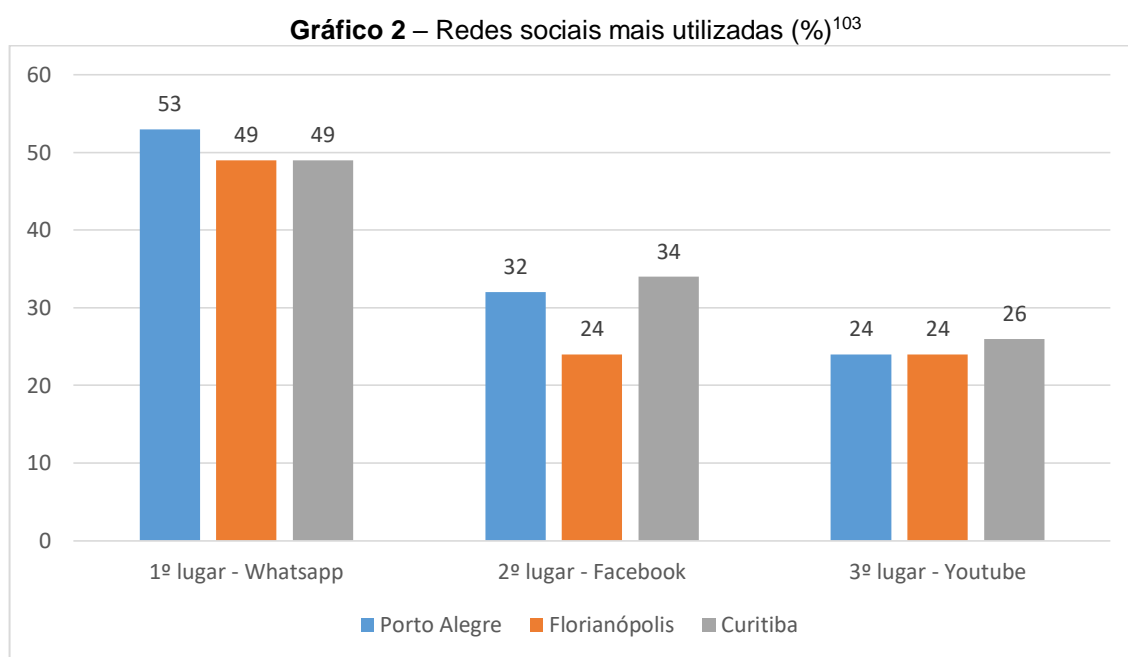
n POA = 626 ; n FLO = 542 ; n CUR = 708
Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

O Gráfico 1 indica que os jovens passam boa parte de seu dia utilizando os meios de comunicação, sendo que a internet é a com maior tempo, chegando a ser usada por dia em média 9 horas por dia pelos jovens entrevistados (9h em Porto Alegre, 9h em Florianópolis e 10h em Curitiba). Isso indica o quanto a internet está inserida no cotidiano desse público, ultrapassando o uso dos demais meios de comunicação e impulsionando o jovem a imergir em um mundo virtual com diferentes e diversas possibilidades de interação, diversão e informação. Ou seja, o jovem passa mais tempo conectado do que na escola ou conversando com seus pais e interagindo face-a-face com os pares. Isso é uma das características da Sociedade da Informação trabalhada por Castells (2007), onde os indivíduos já estão imersos em uma realidade virtual diariamente.

Os jovens estão expostos a forma e ao conteúdo que está vinculado à internet, tendo pouco tempo de debate-los com os pais ou professores. Além disso, das horas que os jovens passam conectados na internet em média eles passam 7 horas, em Porto Alegre e Curitiba, e 8 horas, em Florianópolis, conectados as suas redes sociais

¹⁰² As questões do *survey* utilizadas para este gráfico são: (1) Em média, quantas horas por dia você assistiu TV?; (2) Em média, quantas horas por dia você ouviu rádio?; (3) Em média, quantas horas por dia você fica conectado na internet?; (4) Em média, quantos dias por semana você lê jornal impresso ou revista?

(NUPESAL, 2015 e 2016). Essas redes sociais, ou seja, os sites de redes sociais, funcionam como mediadores sociais, que favorecem a criação de redes de relacionamento, pelos quais os jovens podem juntar pessoas do seu círculo de relacionamentos e conhecer outras, constituindo-se, assim, em espaços de interação, compartilhamento e debate que colaboram para a construção dos diferentes elos entre os “eus” privado e público (MACHADO e TIJIBOY, 2005). Existem diferentes redes sociais disponíveis na internet, com formatos e objetivos diferentes, porém todas com a funcionalidade central de criar redes de relacionamento. O Gráfico 2 apresenta quais são as três redes sociais mais utilizadas pelos jovens.



n POA = 565 ; n FLO = 571 ; n CUR = 774
 Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Foi apresentada uma lista das redes sociais mais utilizadas atualmente e os jovens tinham que identificar qual era a primeira, a segunda e a terceira que eles mais utilizavam. Nas três capitais verificaram-se resultados similares. O Whatsapp, um aplicativo gratuito para dispositivos móveis de trocas de mensagens, vídeos, áudios e até ligações, foi identificado como o primeiro mais utilizado pelos jovens (53%, Porto Alegre, e 49%, em Florianópolis e Curitiba). Em segundo lugar o Facebook, um site de rede social que permite a criação de redes de contatos e postagem de fotos, textos,

¹⁰³ Questão do survey: Das redes sociais listadas abaixo, quais são as três mais utilizadas por você?

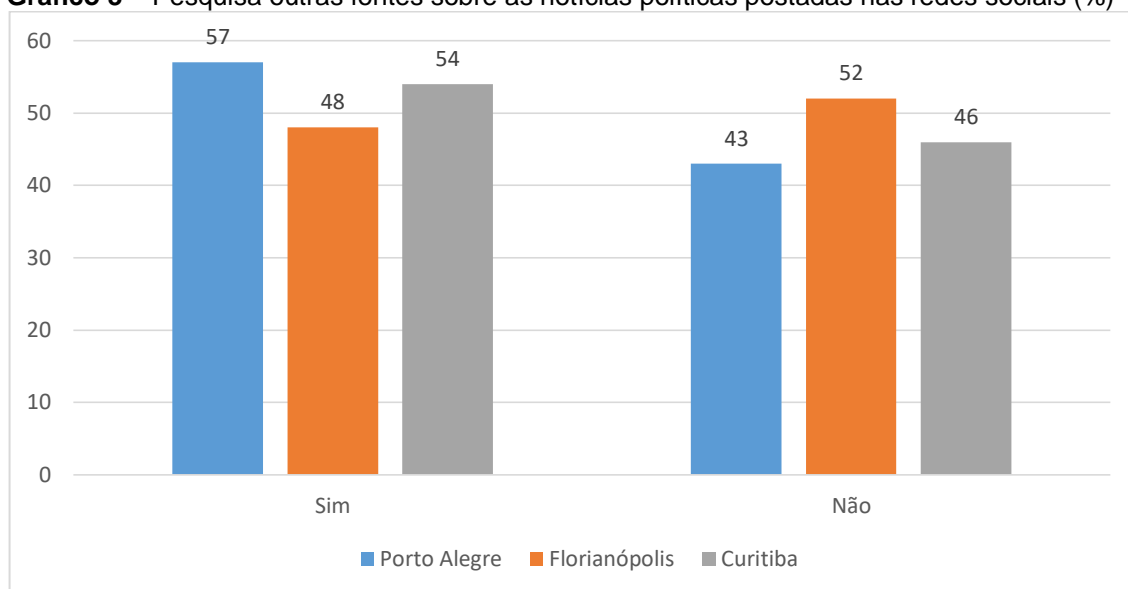
links e vídeos, constitui-se a rede social mais utilizada (32% em Porto Alegre, 24% em Florianópolis e 34% em Curitiba). O Youtube, um site que permite o compartilhamento de vídeos digitais, ficou em terceiro lugar da preferência dos jovens (24%, Porto Alegre e Florianópolis, e 26%, Curitiba).

O contato ampliado com a internet e suas redes sociais promovem uma nova forma de interação social e, por este fato, que os autores (PALETZ, OWEN e COOK, 2012; PUTNAM, 2015; PRENSKY, 2001; MUSIAL e KAZIENKO, 2011) consideram a internet como um novo agente socializador, que está alterando a forma tradicional de socialização política dos jovens. Os dados para o sul do Brasil confirmam isso. De fato, evidenciam que os jovens entrevistados passam um tempo considerável na internet, mais ainda quando comparado aos demais meios de comunicação. Nesse sentido, pode-se afirmar que a internet está se constituindo em um novo agente socializador. Para compreender este processo, as análises verificam os próximos eixos identificados nesse processo de socialização dos jovens pela internet.

3.3.2 Perfil dos jovens nas redes sociais

Além dessa identificação sobre o tempo que os jovens passam na internet e as redes sociais mais utilizadas, é importante traçar o comportamento deles em relação aos assuntos políticos postados nas redes sociais, ou seja, o perfil que a juventude tem diante de notícias e postagens sobre política, verificando assim a formação de identidades coletivas no sentido político. O Gráfico 3 e a Tabela 1 mostram se os jovens pesquisam sobre notícias políticas veiculadas nas redes sociais e como se comportam quando amigos postam sobre este assunto.

Gráfico 3 – Pesquisa outras fontes sobre as notícias políticas postadas nas redes sociais (%)¹⁰⁴



n POA = 632 ; n FLO = 540 ; n CUR = 736
Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Em média 53% dos jovens do Sul do país pesquisam em outras fontes sobre as notícias políticas que eles encontram postadas nas redes sociais (sendo 57% em Porto Alegre, 48% em Florianópolis e 54% em Curitiba). Isso não evidencia claramente como os jovens se comportam ao lerem sobre assuntos políticos, pois cerca da metade deles busca mais informações enquanto a outra metade permanece apenas com as informações das notícias postadas nas redes sociais. Com isso, é importante verificar como eles se comportam quando um amigo posta sobre assuntos políticos (Tabela 1).

¹⁰⁴ Questão do *survey*: Você pesquisa em outras fontes sobre as notícias de política postadas nas redes sociais?

Tabela 1 – Comportamento dos jovens quando seus amigos postam assuntos políticos (%)

	Porto Alegre			Florianópolis			Curitiba			Total
	Sempre	Às vezes	Nunca	Sempre	Às vezes	Nunca	Sempre	Às vezes	Nunca	
Ler ou assistir o vídeo	35	50	15	31	52	17	30	52	18	100
Curtir	13	62	25	12	54	34	15	53	32	100
Comentar	4	43	53	5	37	58	6	40	54	100
Compartilhar	3	37	59	2	30	67	3	35	62	100
Usar hashtag	2	17	81	2	10	88	1	17	82	100

n POA = 639 ; n FLO = 546 ; n CUR = 738

Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Pelos dados da Tabela 1, percebe-se que os jovens tendem a ler ou assistir vídeos sempre ou às vezes sobre assuntos políticos (85% em Porto Alegre, 83% em Florianópolis e 82% em Curitiba) e a curtir sobre estes assuntos (75% em Porto Alegre, 66% em Florianópolis e 68% em Curitiba). No entanto, quando se trata de interagir de uma forma mais ativa, como comentar sobre a postagem, compartilhar ou usar *hashtag*¹⁰⁵ os jovens não o fazem. No caso de comentar a média, das respostas nunca, é de 55% (53% em Porto Alegre, 58% em Florianópolis e 54% em Curitiba) e de compartilhar é 63% (59% em Porto Alegre, 67% em Florianópolis e 62% em Curitiba), o que evidencia que nas ações nas quais os jovens precisam emitir ou compartilhar sua opinião mais da metade dos jovens entrevistados não têm interesse.

Essa situação fica mais clara quando a ação está relacionada em um comprometimento maior com um determinado grupo e/ou tema, que é o caso de usar *hashtag*, pois em média (83%) os jovens tendem a nunca fazer essa ação (81% em Porto Alegre, 88% em Florianópolis e 82% em Curitiba). Esta ação de usar *hashtag* demonstra que o usuário concorda com o que está sendo pautado por um determinado

¹⁰⁵ A *hashtag* é uma etiqueta, simbolizada por #, ou seja, uma maneira de catalogar mensagens por temática e facilmente organizar a informação. Estas palavras surgem como hiperligações, que ao clicar o usuário é enviado para uma listagem onde pode ver outras publicações que utilizaram a mesma *hashtag*. Assim, é possível acompanhar em tempo real as conversas/mensagens que estão a ser publicadas sobre uma mesma temática. É possível ainda identificar as tendências do momento ou agentes de interesse que o usuário quer seguir. É uma ferramenta útil para quem está a gerir a presença de uma marca nas redes sociais, a tomar contato com outras visões sobre o tema e, também, passar a aparecer nestas listagens e deste modo amplificar o alcance das suas publicações e a fazer parte de um grupo com o mesmo posicionamento.

grupo e quer compor esse grupo, por exemplo, quando o processo pelo *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff começou, a polarização na internet e nas redes sociais ficou mais evidente, pois tinha o grupo contra, que usava as *hashtags* #ficadilma e #ficapresidenta, e o grupo a favor, #foradilma e #forapt. Usar uma dessas *hashtags* significaria o posicionamento perante esta situação e a construção de uma identidade coletiva com algum dos grupos (contra ou a favor), e os jovens, como se verifica nos dados da Tabela 1, preferem não se posicionar nas suas redes sociais sobre assuntos políticos.

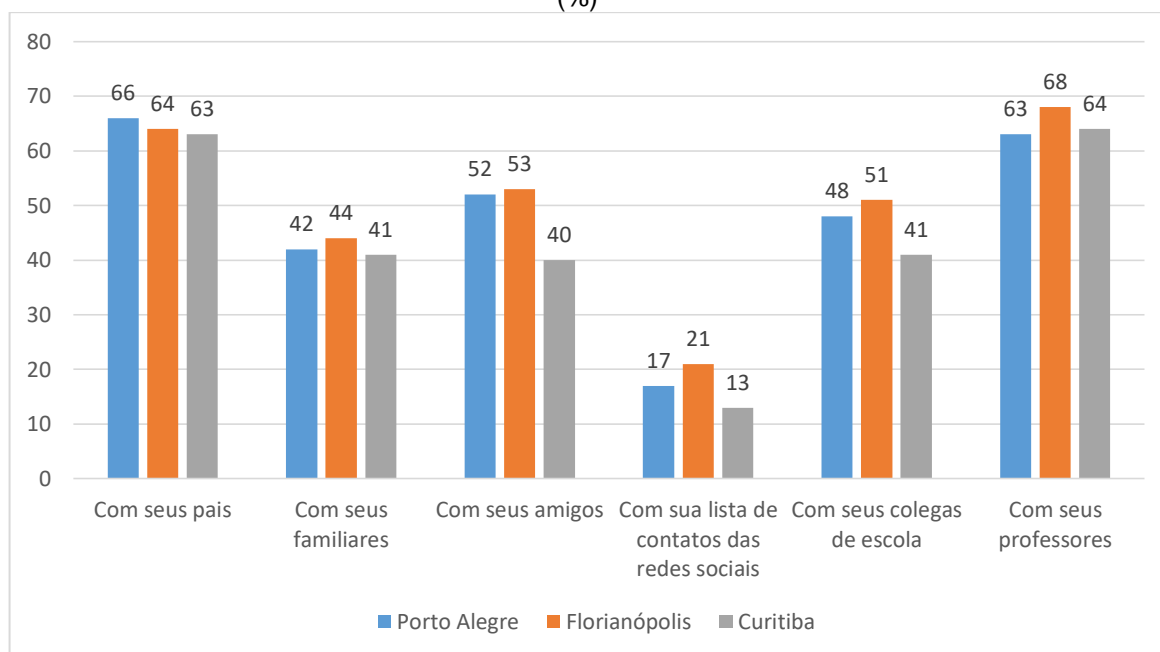
Os dados apresentados vão de encontro ao argumento de que a internet é um agente socializador porque os jovens usariam essa ferramenta para criar grupos e/ou comunidades virtuais de caráter colaborativo em relação a organização de pautas políticas, a pressão no governo e a atuação em campanhas para candidatos políticos (PALETZ, OWEN e COOK, 2012; MARTINO, 2009; MITRA, 2004). Além disso, diferente da proposta de Mitra (2004), a respeito de que as novas tecnologias digitais oportunizariam aos grupos tradicionalmente invisíveis e marginalizados, no caso deste estudo os jovens, a encontrarem um novo espaço discursivo e difundindo uma identidade, os dados apontam que os jovens não usam a internet para mostrar sua opinião sobre assuntos políticos, não criando, pelo que parece, uma identidade coletiva com seus pares sobre assuntos políticos, continuando marginalizados perante à sociedade e aos governos no campo político.

No entanto, isso não parece descaracterizar, no caso do Brasil, a internet como um agente socializador. Pois este tipo de comportamento é característico da cultura política brasileira, como visto no capítulo anterior, onde os jovens não possuem interesse na política, e é analisado mais profundamente no próximo capítulo da tese. Ou seja, a internet estaria apenas colaborando para promoção dessa cultura política internalizada através dos agentes tradicionais de socialização política: pais, professores, grupos de pares e até a mídia.

3.3.3 Frequência de conversa sobre assuntos políticos postados na internet

Outra justificativa apresentada pela bibliografia de que a internet é um agente socializador reside no uso da internet como espaço de conversa sobre assuntos políticos e/ou como as postagens sobre esta temática como pauta de conversas, principalmente entre os jovens (ANDERSON e MCCABE, 2012). Visto que estes seriam indicadores de que a internet estaria proporcionando espaço para a internalização de valores políticos para estes jovens. Os dados apresentados a seguir debatem este ponto (Gráficos 4 e 5).

Gráfico 4 – Conversar sobre assuntos políticos (soma das respostas frequentemente e às vezes) (%)¹⁰⁶



n POA = 668 ; n FLO = 567 ; n CUR = 764
Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

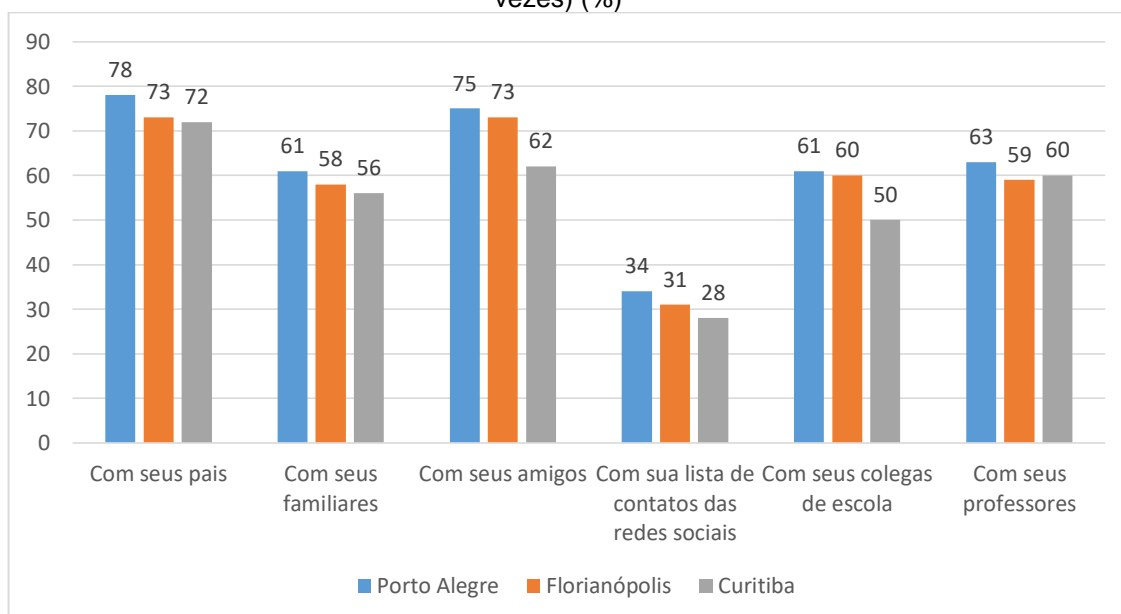
Os jovens entrevistados, conforme o Gráfico 4, em média conversam mais sobre assuntos políticos com seus professores (65% dos jovens entrevistados no Sul do Brasil) e seus pais (64%). Depois vem os amigos (48%), colegas de escola (47% dos) e seus familiares (42%). Já com a lista de contatos das redes sociais em média

¹⁰⁶ Questão do *survey*: Com que frequência você costuma conversar sobre estes assuntos políticos com?

os jovens conversam muito pouco (17%), o que sugere que os socializadores tradicionais como pais, professores e grupos de pares são os mais procurados para trocar ideias sobre assuntos políticos.

Porém é importante ressaltar que a variável “sua lista de contatos das redes sociais” pode gerar diferentes interpretações, visto que esta lista é composta pelas demais variáveis (pais, familiares, amigos, colegas de escola e professores) somada as pessoas que possuem contato apenas *online*. Caso os jovens consideraram essa soma de pessoas, essa resposta está direcionando para interpretação de que os jovens não socializam pela internet. Porém, se os jovens entrevistados consideraram somente as pessoas que possuem contato *online*, de fato este contato tende a ser mais restrito, em torno de alguma temática em comum, o que justificaria a média baixa de conversa dessa variável e não refutaria a lógica de que a internet é um agente socializador. Essa dúvida é esclarecida com os dados do Gráfico 5, que apontam que as postagens políticas nas redes sociais são debatidas sempre ou às vezes com os agentes socializadores.

Gráfico 5 – Conversa sobre postagens políticas das redes sociais (soma das respostas sempre ou às vezes) (%)¹⁰⁷



n POA = 638 ; n FLO = 547 ; n CUR = 739

Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

¹⁰⁷ Questão do *survey*: Você conversa com alguém sobre as postagens de política que vê nas redes sociais?

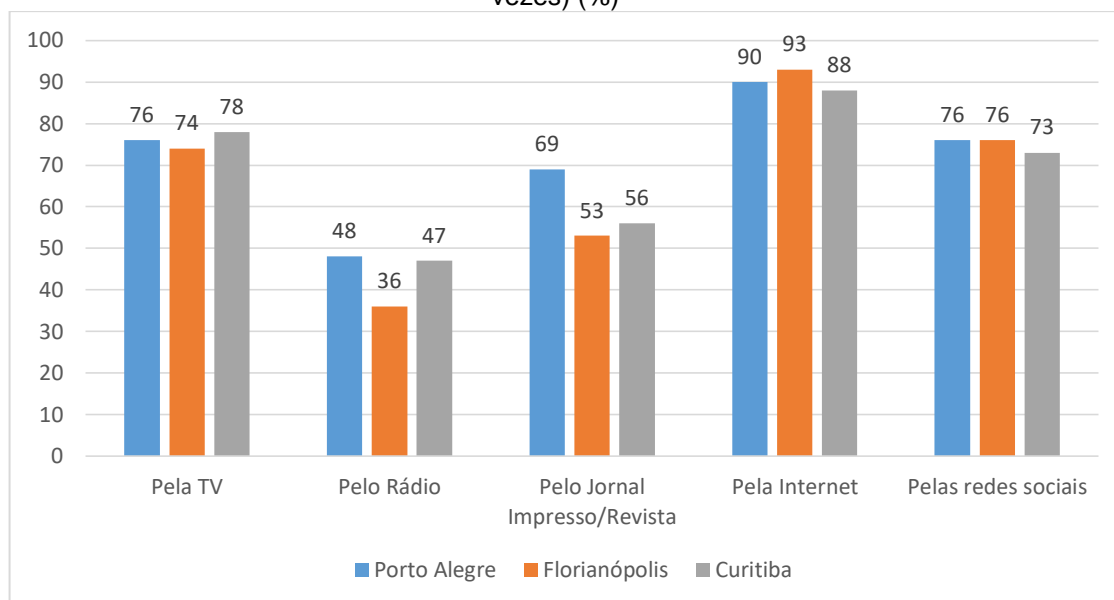
Pelos dados do Gráfico 5, percebe-se que os jovens em média conversam mais sobre as postagens de política que leem nas redes sociais com seus pais (74%) e seus amigos (70%). Mas também em média conversam significativamente com seus professores (61), seus familiares (58%) e seus colegas de escola (57). Com relação a sua lista de contatos das redes sociais, em média os jovens conversam pouco (31%). Os dados deste gráfico apontam para uma interação maior sobre os assuntos políticos postados na internet, do que assuntos políticos de forma geral (conforme o Gráfico 5). E evidenciam que os pais e os amigos são os agentes socializadores que os jovens mais procuram para conversarem sobre os assuntos postados na internet e nas redes sociais.

Apesar de Anderson e McCabe (2012) afirmarem que os jovens interagem mais com outros jovens pelas redes sociais, isso pode ser percebido cotidianamente e o Gráfico 5 demonstra que de fato os amigos ficam em segundo lugar na preferência por conversar sobre assuntos políticos com este grupo, é importante perceber que os agentes tradicionais de socialização, ao menos no caso do Sul do Brasil, não foram eliminados do processo de socialização, muito menos considerados em menor importância pelos jovens. O que sugere que o processo de socialização nessa região do país está acontecendo de forma híbrida, através dos agentes tradicionais e nas novas tecnologias de informação e comunicação.

3.3.4 Formação da opinião sobre assuntos políticos

Buscar informações políticas e formar a opinião sobre assuntos políticos pela internet e as redes sociais é outro principal argumento sobre a internet ser um novo agente socializador (PALETZ, OWEN e COOK, 2012). Pois isso apresenta a familiaridade e confiança dos jovens em relação a essa nova mídia, resultando, assim, na internalização de valores políticos através da internet. Os dados do Gráfico 6 e da Tabela 2 evidenciam que a internet é um agente socializador para os jovens do Sul do país.

Gráfico 6 – Informa-se para saber mais sobre assuntos políticos (soma das respostas sempre ou às vezes) (%)¹⁰⁸



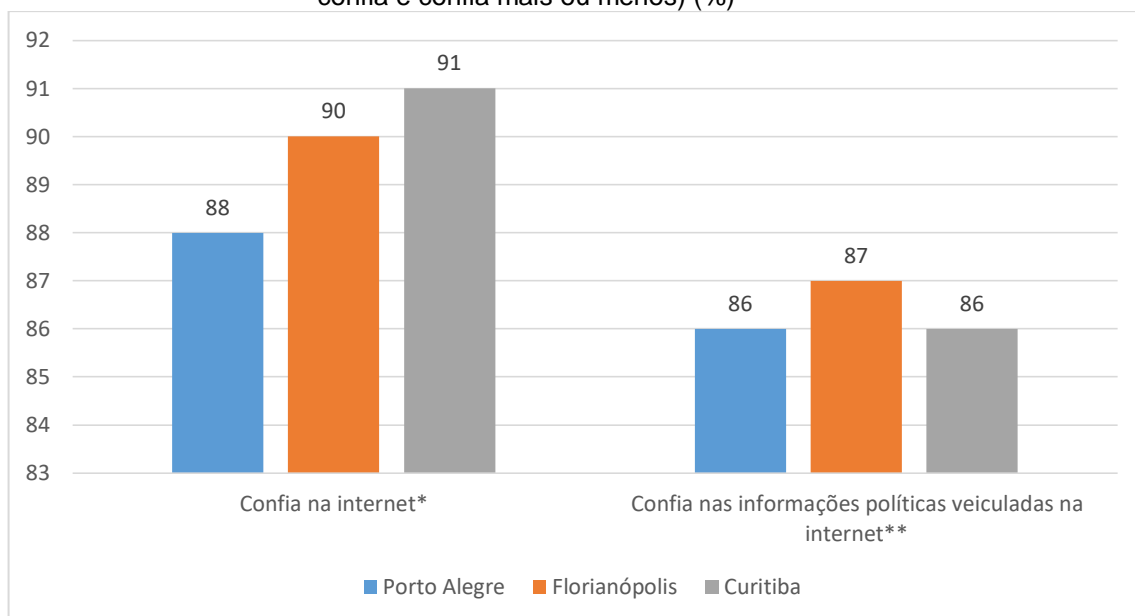
n POA = 645 ; n FLO = 551 ; n CUR = 747

Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Os jovens das três capitais do Sul do país entrevistados informam-se em média 90% pela internet quando querem saber mais sobre assuntos políticos (90% em Porto Alegre, 93% em Florianópolis e 88% em Curitiba), 76% pela TV (76% em Porto Alegre, 74% em Florianópolis e 78% em Curitiba), 75% pelas redes sociais (76% em Porto Alegre, 76% em Florianópolis e 73% em Curitiba), 59% pelo jornal impresso/revista (69% em Porto Alegre, 53% em Florianópolis e 56% em Curitiba) e 44% pelo rádio (48% em Porto Alegre, 36% em Florianópolis e 47% em Curitiba). O Gráfico 7 apresenta dados sobre a confiança na internet e nas informações políticas veiculadas neste meio de comunicação.

¹⁰⁸ Questão do *survey*: Quando você quer saber mais sobre assuntos políticos, com que frequência você se informa pelos canais listados abaixo?

Gráfico 7 – Confiança na internet e nas informações políticas (soma das respostas confia e confia mais ou menos) (%)¹⁰⁹



*n POA= 645; n FLO= 548; n CUR= 748/ **n POA= 633; n FLO= 545; n CUR= 739
Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Em média, 90% dos jovens entrevistados confiam na internet (88% em Porto Alegre, 90% em Florianópolis e 91% em Curitiba) e 86% confiam nas informações políticas veiculadas na internet (86% em Porto Alegre, 87% em Florianópolis e 86% em Curitiba). Os dados dos Gráficos 6 e 7 sugerem o quanto os jovens se informam pela internet e confiam em suas informações, considerando-a como fonte de informação antes dos demais meios de comunicação. Isto é resultado da imersão diária e da quantidade de tempo que os jovens passam na internet, além da sua facilidade em usar as ferramentas disponíveis (nativos digitais). Além disso, a TV também tem significativa influência sobre os jovens, bem como as redes sociais. Na Tabela 2 percebe-se mais claramente o papel da internet como um novo agente socializador dos jovens.

¹⁰⁹ Questões do *survey*: (1) Confia na internet?; (2) Confia nas informações políticas veiculadas na internet?.

Tabela 2 – Na hora de formar uma opinião sobre assuntos políticos, qual é a primeira e a segunda instituição mais importante (%)¹¹⁰

	Porto Alegre		Florianópolis		Curitiba	
	1º lugar	2º lugar	1º lugar	2º lugar	1º lugar	2º lugar
Família	39	15	44	16	38	14
Igreja	3	5	2	5	3	8
Escola	18	16	18	20	18	17
Amizades	4	13	3	11	2	7
Televisão	7	10	6	12	13	16
Rádio	0	3	0	3	2	4
Jornal impresso/Revista	7	13	5	8	8	10
Internet/Redes sociais	22	25	22	26	17	23
Total	100	100	100	100	100	100

n POA = 586 ; n FLO = 514 ; n CUR = 718

Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Os dados da Tabela 2 indicam que a família permanece como primeira agente socializadora dos jovens das três capitais do Sul do Brasil, inclusive nos assuntos políticos. Porém a internet e as redes sociais deslocaram a escola, que era a segunda agência, para o terceiro lugar, passando também dos grupos de pares e pelos demais meios de comunicação. Esses dados vão ao encontro do que Paletz, Owen e Cook (2012) argumentam de que a internet é uma agente socializadora pelo fato de ser uma fonte de informação dos jovens e proporcionar a formação de opiniões públicas. Isso não é novidade para os estudos de socialização, visto que os meios de comunicação eram considerados como agente socializador dos jovens, segundo Schmidt (2001), a novidade reside em um desses meios, no caso a internet, ganhar destaque e ultrapassar a escola e o grupo de pares em alguns contextos.

O uso da internet como fonte de informações e formadora de opiniões sobre assuntos políticos pode ser um marco de mudança do tipo de valores internalizados pelos jovens, ou seja, de mudança da cultura política institucionalizada no Brasil e no Sul do país. Visto que a internet pode ser utilizada como um contraponto às opiniões emitidas pelos demais agentes socializadores, dando aos jovens oportunidades de construção de um novo mundo, conforme afirma Turkle (1997).

¹¹⁰ Questão do *survey*: Na hora de formar uma opinião sobre assuntos políticos, quais das instituições abaixo você considera mais importante? Marque qual é a primeira e qual é a segunda mais importante.

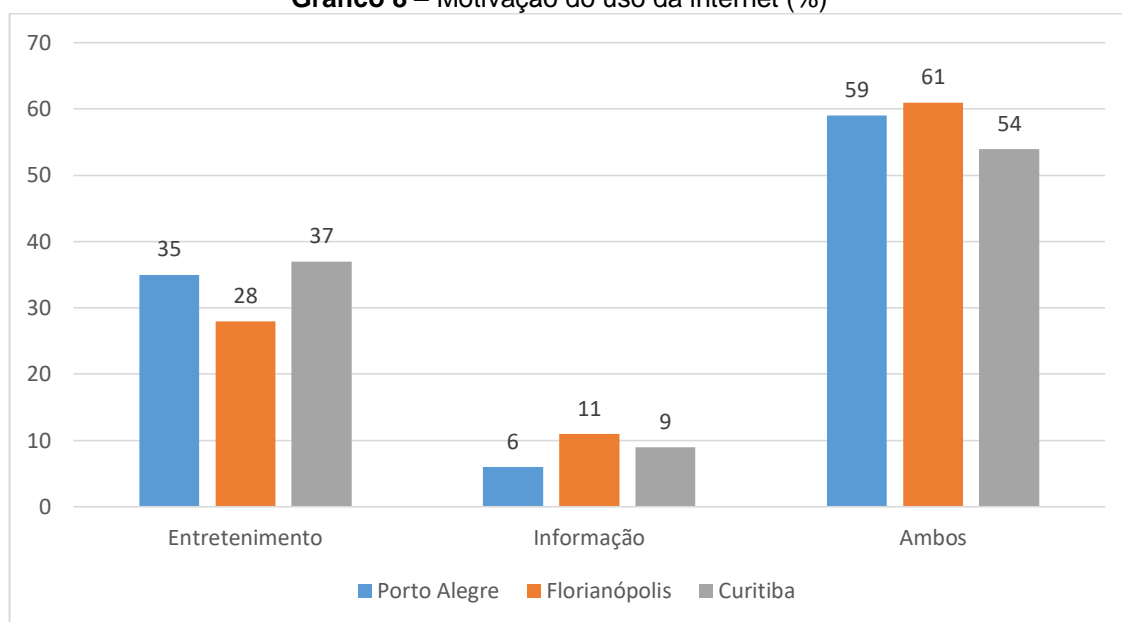
3.3.5 Motivação no uso da internet

A internet facilita a captação e utilização da informação e do conhecimento de outras pessoas, porém, embora estas tecnologias apoiem o processo de compartilhamento do conhecimento, o processo não ocorre automaticamente nem facilmente (LUO e YOUNG, 2008). A motivação tem sido identificada como um fator determinante na aceitação das tecnologias de informação e comunicação. A motivação é dividida em duas classes, intrínsecas e extrínsecas. A motivação extrínseca se concentra nas razões meta-orientadas, por exemplo, recompensas ou benefícios da atividade e a motivação intrínseca indica o prazer e a satisfação inerente à atividade (LIN, 2007).

Nesse sentido, a motivação do uso da internet e das redes sociais se constitui em outro argumento que direciona para a aceitação de que a internet é um agente socializador da atualidade, conforme Anderson e McCabe (2012), pois o uso possibilita a ampliação das redes de relacionamento e das informações, através das motivações extrínseca, além do entretenimento, através da motivação intrínseca. Ou seja, como os jovens estão em constante busca pela ampliação dos seus relacionamentos e horizontes e a internet proporciona não só isso, como também diversão e informação, essa mídia influencia na constituição de uma determinada cultura política.

O Gráfico 8 aponta, entre entretenimento, informação e ambos, qual é a principal motivação dos jovens ao acessarem à internet.

Gráfico 8 – Motivação do uso da internet (%)¹¹¹



n POA = 632 ; n FLO = 548 ; n CUR = 727
Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Os dados do Gráfico 8 apontam que em média 58% dos jovens usam a internet motivados pela união do entretenimento com informação (59% em Porto Alegre, 61% em Florianópolis e 54% em Curitiba). Esse resultado confirma a afirmação de Lin (2007) de que as pessoas utilizam a internet tanto por motivações extrínsecas, como também intrínsecas. No entanto, quando se observa a dicotomia das porcentagens de jovens que usam a internet para entretenimento e informação, percebe-se que a motivação maior do uso da internet está no entretenimento, com média de 33% (35 em Porto Alegre, 28% em Florianópolis e 37% em Curitiba).

Para Putnam (2015) a motivação para usar a internet depende da classe social do jovem. Putnam (2015) explica que os jovens usam a internet da mesma forma que seus pais, sendo que pais de classe alta usam para informação e crescimento pessoal e profissional, enquanto pais de classe baixa usam predominantemente para entretenimento. Com o intuito de verificar se isso também ocorre no Sul do Brasil, a Tabela 3 apresenta os dados de motivação por renda dos jovens.

¹¹¹ Questão do survey: Qual a sua principal motivação quando conecta-se à internet?

Tabela 3 – Renda x motivação de uso da internet (%)¹¹²

		Motivação do uso da internet									Total
		Porto Alegre			Florianópolis			Curitiba			
		Ent.	Inf.	Ambos	Ent.	Inf.	Ambos	Ent.	Inf.	Ambos	
Renda	Até 1 sal. mín.	41	18	41	45	25	30	54	8	38	100
	1 a 2 sal. mín.	51	3	46	32	12	52	38	9	53	100
	3 a 4 sal. mín.	39	5	57	26	10	63	34	7	59	100
	Mais de 5 sal. mín.	27	2	70	24	4	71	36	10	55	100

n POA = 690; n FLO = 571; n CUR = 774
r POA = 0,000; r FLO = 0,00; r CUR = 0,048
Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Os dados da Tabela 3 indicam que, de fato, os jovens com renda familiar de até um salário mínimo (41% em Porto Alegre, 45% em Florianópolis e 54% em Curitiba) e de um a dois salários mínimos (51% em Porto Alegre, 32% em Florianópolis e 38% em Curitiba) tendem a usar a internet mais como instrumento de entretenimento do que para informação. A partir dos jovens com renda familiar de três a quatro salários mínimos observa-se que há uma diminuição na porcentagem de jovens que usam a internet apenas para entretenimento (39% em Porto Alegre, 26% em Florianópolis e 34% em Curitiba). Aqueles com mais de cinco salários mínimos observa-se uma diminuição no uso para entretenimento em Porto Alegre (27%) e em Florianópolis (24%), em Curitiba apesar de quando comparado com os de três a quatro salários a porcentagem aumentar dois por cento, há um aumento na porcentagem dos que usam apenas para informação (de 7% para 10%). Quando se verifica as porcentagens do uso da internet para informação, percebe-se que os que usam mais por essa motivação concentram-se entre os jovens com renda familiar até quatro salários mínimos nos casos de Porto Alegre e Florianópolis.

Como tais análises não esclarecem essa relação entre renda e motivação, analisou-se as porcentagens dos jovens que usam a internet para ambos aspectos,

¹¹² Questões do *survey*: (1) Qual a faixa de renda de toda a sua família (somando a renda de todas as pessoas que moram em sua casa)?; (2) Qual a sua principal motivação quando conecta-se à internet?

compreendendo que os jovens têm motivações extrínsecas e intrínsecas (LIN, 2007) para usar a internet e não apenas uma destas. Nesse sentido, os dados possibilitam uma análise mais conclusiva da realidade brasileira, visto que quanto maior a renda familiar dos jovens mais eles tendem a usar a internet por ambas motivações (média dos até um salário mínimo é de 36%, de um a dois salários mínimos é 50%, de três a quatro salários mínimos é 60% e mais de cinco salários mínimos é 65%). A partir desses resultados, pode-se perceber que a renda da família influencia em certa medida na forma como o jovem vai priorizar o uso da internet, isso porque o caso do Sul do Brasil diferencia-se um pouco dos resultados encontrados por Putnam no sentido de que se pode fazer essa relação apenas nos casos em que os jovens usam com ambas motivações, verificando-se que quanto maior a renda mais os jovens usaram para se informar e entreter, não somente para se entreter. Além disso, é importante relativizar a comparação com o estudo de Putnam (2015) devido ao fato de, neste estudo, ser utilizada a renda como *proxi* de classe social, por parecer mais adequado à realidade brasileira.

3.3.6 Influência da internet nas atitudes e comportamentos dos jovens

A influência do uso da internet e das redes sociais nas atitudes e comportamentos dos jovens (ANDERSON e MCCABE, 2012) é outro argumento sobre a internet ser um agente socializador, por dois motivos: porque este uso se constitui em uma subcultura dos jovens (MUSIAL e KAZIENKO, 2011) ou em uma cibercultura (LÉVY, 1999). Ou seja, a internet estaria colaborando na internalização de valores nos jovens ao ponto de construir uma nova cultura política, sendo essa uma subcultura ou uma cibercultura. Para verificar isso, são apresentados a seguir dados relativos às atitudes e comportamentos dos jovens nesse contexto de novas tecnologias de informação e comunicação.

O grande motivador de pesquisas sobre socialização política e internet no Brasil foram as manifestações de Junho de 2013, em diversas cidades do país. Pois acredita-se que essas manifestações foram planejadas e mobilizadas através das redes sociais e ganhou força pelo país pela disseminação das informações acerca das reivindicações ao governo Federal. Por isso, a Tabela 4 apresenta a influencia dos agentes socializadores nos jovens que participaram das manifestações de 2013.

Tabela 4 – A influência dos agentes socializadores na participação das manifestações de Junho de 2013 (%)¹¹³

	Porto Alegre				Florianópolis				Curitiba				T ¹¹⁴
	M ¹¹⁵	MM ₁₁₆	P ¹¹⁷	N ¹¹⁸	M	MM	P	N	M	MM	P	N	
Família	17	27	23	34	28	33	21	18	27	24	22	28	100
Igreja	1	3	4	91	4	4	11	81	7	7	25	61	100
Amigos	43	33	13	12	27	30	25	18	21	30	33	15	100
Professores	26	36	17	22	22	26	21	31	29	31	19	20	100
TV	18	26	23	33	19	22	35	23	25	27	25	24	100
Rádio	7	25	26	42	10	13	30	47	19	25	22	35	100
Jornal impresso/ Revista	12	27	24	37	15	23	28	35	24	26	19	31	100
Internet	52	26	10	12	55	21	13	12	51	19	17	13	100

n POA = 137; n FLO = 115; n CUR = 101

Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

A porcentagem de jovens entrevistados no Sul do país que participaram das manifestações é baixa, em média 16% (20% em Porto Alegre, 18% em Florianópolis e 10% em Curitiba). Porém, conforme a Tabela 4, os que participaram das manifestações indicaram a internet como agente socializador que mais influenciou nessa ação, com média de 53% dos entrevistados (52% em Porto Alegre, 55% em Florianópolis e 51% em Curitiba). Depois os amigos que tiveram uma atuação mais influente nessa decisão, com média de 30% (43% em Porto Alegre, 27% em Florianópolis e 21% em Curitiba). Esses dados afirmam a lógica de que a internet foi um instrumento essencial na mobilização, em especial dos jovens, para as manifestações de rua de Junho de 2013.

Além de influenciar no potencial de participação dos jovens, é importante verificar se a internet influencia na formação de opiniões sobre as diferentes

¹¹³ Questão do *survey*: Se você participou, quanto cada meio listado abaixo o influenciou a participar?

¹¹⁴ Total.

¹¹⁵ Muito.

¹¹⁶ Mais ou menos.

¹¹⁷ Pouco.

¹¹⁸ Nada.

instituições políticas (como partidos políticos, judiciário, movimentos estudantis entre outros), sustentando-se assim como um agente socializador (Tabela 5).

Tabela 5 – A influência dos agentes socializadores na formação de opinião sobre instituições políticas (%)¹¹⁹

	Porto Alegre				Florianópolis				Curitiba				T
	M	MM	P	N	M	MM	P	N	M	MM	P	N	
Família	58	27	10	5	52	29	14	5	55	27	14	4	100
Igreja	12	15	20	54	12	17	22	50	20	29	23	28	100
Amigos	22	49	21	8	16	45	26	12	15	41	32	12	100
Professores	32	39	20	9	24	44	20	11	32	40	22	7	100
TV	9	26	37	28	7	28	35	30	15	27	35	24	100
Rádio	5	25	41	29	5	20	38	37	10	26	35	29	100
Jornal impresso/ Revista	10	30	35	25	6	26	38	31	12	30	33	25	100
Internet	21	39	26	15	19	41	24	16	23	34	27	15	100

n POA = 137; n FLO = 115; n CUR = 101

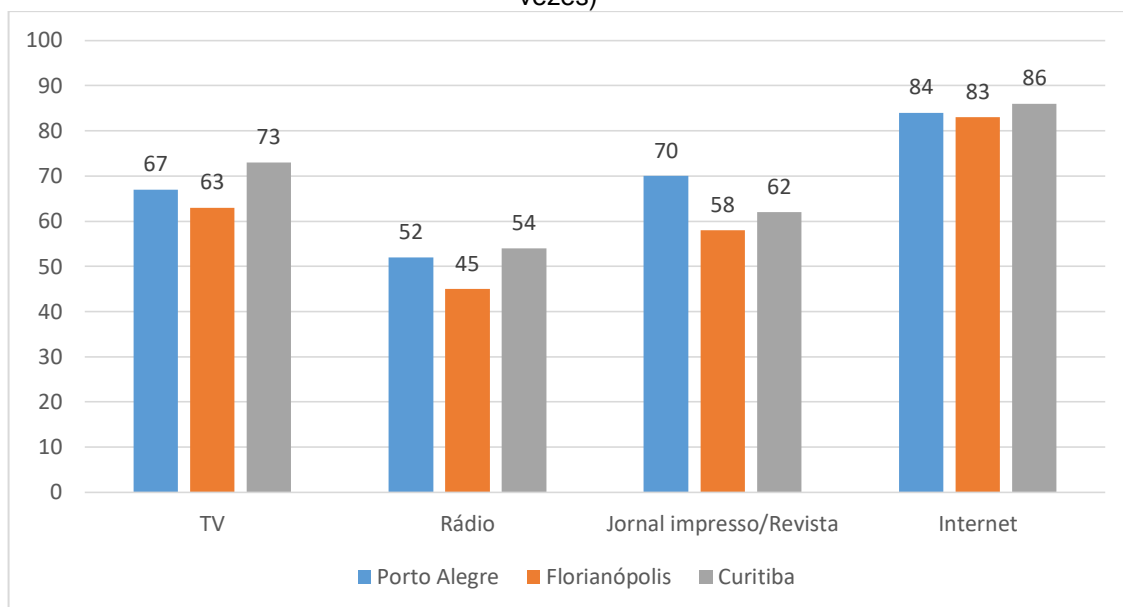
Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Em relação a influência da internet na formação das opiniões sobre instituições políticas dos jovens entrevistados, observa-se que ela é baixa com média de 21% (21% em Porto Alegre, 19% em Florianópolis e 23% em Curitiba). Os dados indicam que a família é o principal agente socializador dessa formação de opinião, com média de 55% (58% em Porto Alegre, 52% em Florianópolis e 55% em Curitiba), logo em seguida os professores, com média de 29% (32% em Porto Alegre, 24% em Florianópolis e 32% em Curitiba).

Os dados das Tabelas 4 e 5 indicam um caráter híbrido na socialização política dos jovens, onde ora os agentes tradicionais influenciam mais fortemente em alguns aspectos da internalização de valores ora isso é feito pela internet. Os Gráficos 9 e 10 apresentam os dados sobre a influência dos meios de comunicação na forma de pensar e agir dos jovens do Sul do país.

¹¹⁹ Questão do survey: Para formar sua opinião sobre essas instituições, qual a influência que cada um dos grupos abaixo listados exerce?

Gráfico 9 – Influência dos meios de comunicação da forma de pensar (soma das respostas sim e às vezes)¹²⁰

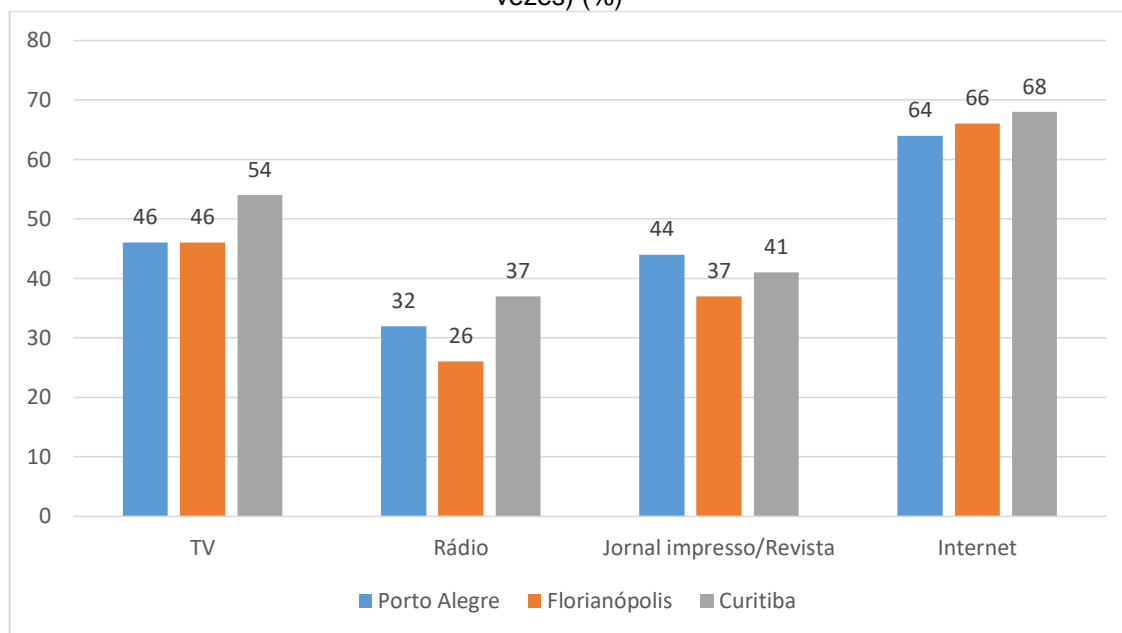


n POA = 645; n FLO = 548; n CUR = 746
Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Em média 84% (84% em Porto Alegre, 83% em Florianópolis e 86% em Curitiba) dos jovens entrevistados no Sul do Brasil identificaram que a internet, comparada aos demais meios de comunicação, é o meio que mais influencia na sua forma de pensar, seguido da TV com 68% (67% em Porto Alegre, 63% em Florianópolis e 73% em Curitiba), do jornal impresso/revista com 63% (70% em Porto Alegre, 58% em Florianópolis e 62% em Curitiba) e do rádio, com a menor influência, com 50% (52% em Porto Alegre, 45% em Florianópolis e 54% em Curitiba). Esses resultados indicam que os jovens reconhecem que a internet está influenciando nas suas atitudes, ou seja, na sua forma de pensar em relação aos assuntos políticos.

¹²⁰ Questão do *survey*: Você acha que os meios de comunicação listados abaixo influenciam a sua forma de pensar?

Gráfico 10 – Influência dos meios de comunicação da forma de agir (soma das respostas sim e às vezes) (%)¹²¹



n POA = 650; n FLO = 550; n CUR = 736
Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Ao observar os dados do Gráfico 10 percebe-se que a internet também é o meio de comunicação mais influente na forma de agir dos jovens entrevistados, com média de 66% (64% em Porto Alegre, 66% em Florianópolis e 68% em Curitiba). Em seguida a TV com 49% (46% em Porto Alegre e Florianópolis e 54% em Curitiba), o jornal impresso/revista com 41% (44% em Porto Alegre, 37% em Florianópolis e 41% em Curitiba) e o rádio com 32% (32% em Porto Alegre, 26% em Florianópolis e 37% em Curitiba). Porém, ao comparar os dados dos Gráficos 8 e 9, observa-se que os meios de comunicação em geral influenciam menos na forma de agir (no comportamento) dos jovens e mais na forma de pensar (nas atitudes). Mesmo assim, esses dois últimos gráficos evidenciam claramente que a internet é um agente socializador com grande importância na formação de identidades, nas atitudes e no comportamento dos jovens no Sul do Brasil.

¹²¹ Questão do *survey*: Você acha que os meios de comunicação listados abaixo influenciam a sua forma de agir?

3.3.7 Considerações sobre a internet como agente socializador dos jovens no Sul do Brasil

Os dados apresentados nessa seção foram analisados conforme os seis eixos explicativos sobre o processo de socialização política dos jovens através da internet encontrados na literatura especializada: (1) a quantidade de tempo na internet e nas redes sociais; (2) o perfil dos jovens na internet e nas redes sociais; (3) frequência do uso da internet e das redes sociais para conversar sobre assuntos políticos; (4) buscar informações e formar opinião com o auxílio da internet e das redes sociais; (5) motivação do uso da internet e das redes sociais; (6) influência do uso da internet e das redes sociais nas atitudes e comportamentos dos jovens.

No primeiro eixo, identificou-se, semelhante as pesquisas referenciadas (CASTELLS; 2007; PALETZ, OWEN e COOK, 2012; PUTNAM, 2015; PRENSKY, 2001; MUSIAL e KAZIENKO, 2011), que os jovens passam um tempo significativo do dia conectados na internet, em média 9 horas por dia. Dessas 9 horas por dia, em média 7 horas eles ficam conectados em suas redes sociais (as principais apontadas por eles foram Whatsapp, Facebook e Youtube). Em relação a este argumento, no Sul do Brasil pode-se afirmar que a internet tem um papel socializador, levando em conta o tempo que eles passam conectados na internet e interagindo em suas redes sociais.

Os dados apresentados no segundo eixo, sobre o perfil dos jovens na internet e nas redes sociais, vão de encontro as perspectivas de que a internet é usada como uma ferramenta de criação de comunidades colaborativas, capazes de pressionar o governo e promover engajamento político (PALETZ, OWEN e COOK, 2012; MARTINO, 2009; MITRA, 2004) ou de que a internet oportuniza aos grupos minoritários e marginalizados a encontrarem espaço de discussão e difusão de suas identidades (MITRA, 2004). Visto que os jovens tendem a não exteriorizar suas opiniões políticas comentando (em média apenas 22% dos jovens entrevistados comentam sempre ou às vezes) e compartilhando (em média 18% compartilham sempre ou às vezes) sobre assuntos políticos, muito menos participar/criar comunidades virtuais que colaboram com a formação de identidades coletivas usando *hashtags* nas suas redes sociais (em média apenas 8% usam *hashtag* sempre ou às vezes). Apesar desses dados, a hipótese de que a internet é um agente socializador se confirma, visto que os jovens de fato passam mais tempo interagindo pela internet

do que pessoalmente. Tais dados indicam que a hipótese vem ao encontro da afirmação de que existe uma cultura política híbrida, caracterizada pelo baixo interesse na política e baixo engajamento político, principalmente por parte dos jovens. Visto que a juventude do Sul do país está reproduzindo no meio virtual um comportamento típico do mundo real brasileiro, internalizado pelos agentes tradicionais de socialização política.

O uso da internet e das redes sociais para conversar ou pautar as conversas sobre assuntos políticos, feita predominante por jovens (ANDERSON e MCCABE, 2012), foco do terceiro eixo, foi analisado pelos dados sobre com quem os jovens conversam sobre assuntos políticos e com quem os jovens conversam sobre as postagens políticas postadas nas redes sociais. A primeira análise evidencia que em média os jovens conversam frequentemente com seus professores (65%), pais (64%) e amigos (48%), não conversando muito com sua lista de contatos das redes sociais (17%), indicando assim que as demais agências socializadoras, pais, professores e grupos de pares ainda fazem parte efetivamente do processo de internalização de valores dos jovens. A mesma evidência é encontrada na segunda análise, pela qual verifica-se que em média 74% dos jovens conversam com os pais sobre assuntos políticos postados nas redes sociais, 70% com os amigos e 61% com os professores. Tais dados sugerem que os jovens tendem a socializar mais com os pais, professores e amigos, demonstrando que a internet e as redes sociais apesar de pautarem as conversas sobre assuntos políticos, elas não eliminam os demais agentes socializadores.

O quarto eixo, sobre busca de informações e formação de opinião com auxílio da internet e das redes sociais como indicativo de que estes são agentes socializadores dos jovens (PALETZ, OWEN e COOK, 2012), apresentam dados considerados importantes para a análise desta tese, pois indicam claramente a internet como agente socializador. Os primeiros dados apontam que em média 90% dos jovens do Sul do Brasil informam-se sempre ou às vezes pela internet, 76% pela TV, 75% pelas redes sociais, 59% pelo jornal impresso/revista e 44% pelo rádio, o que indica que a internet é o meio de comunicação com maior influência entre os jovens. Além disso, os jovens indicaram a família como primeira instituição mais importante para formar opinião sobre assuntos políticos (em média 40%) e a internet como

segunda instituição (em média 25%), substituindo a escola como segunda agência socializadora.

No quinto eixo, sobre motivação do uso da internet e das redes sociais, identificou-se que, conforme Anderson e McCabe (2012) explicitaram em seu trabalho, os jovens buscam a internet tanto para diversão quanto para informação, sendo o entretenimento uma motivação intrínseca e a informação uma motivação extrínseca. Porém em relação dados apresentados por Putnam (2015), de que a motivação está relacionada com a classe social do jovem, só foi possível uma análise mais indicativa da realidade brasileira quando se verificou os dados de renda familiar com uso da internet motivado por ambos (entretenimento e informação). Pela qual se verificou que os jovens com maior renda familiar tendem a usar a internet com ambas motivações e não apenas para entretenimento. Tais análises indicam em certa medida a influência da renda na motivação para usar a internet, acredita-se que isso é derivado da desigualdade econômica existente no país que gera uma desigualdade digital, na qual mesmo que muitos jovens tenham acesso à internet, nem todos sabem como utilizar essa ferramenta para seu crescimento pessoal e profissional. Além disso, a comparação com o estudo de Putnam (2015) deve ser relativizada, visto que o autor trabalha com a relação entre classe social e motivação, e as análises aqui feitas relacionaram renda e motivação, por parecer se enquadrar melhor à realidade brasileira.

O último eixo, que trabalha com a influência da internet e das redes sociais nas atitudes e comportamentos dos jovens (ANDERSON e MCCABE, 2012), foi analisado pelos dados relacionados à influência na participação das manifestações de Junho de 2013, à influência na formação de opiniões sobre as instituições políticas, à influência na forma de agir e na forma de pensar dos jovens. Os jovens que participaram nas manifestações no Brasil de Junho de 2013, foram influenciados pela internet (em média 53%). Quando se verifica a influência dos agentes socializadores na formação de opiniões sobre as instituições políticas em média, com 58%, os pais ficam em primeiro lugar, enquanto a internet tem em média apenas 21% de influência. Em relação aos meios de comunicação que mais influenciam, observa-se que a internet influencia em média 84% na forma de pensar e 66% na forma de agir, ou seja, mais do que os outros meios de comunicação.

Os dados apresentados evidenciam que a socialização política dos jovens no Sul do Brasil está acontecendo de forma híbrida, ou seja, com a influência dos agentes tradicionais e da internet, além disso o uso da internet está constituindo uma subcultura nos jovens, conforme aponta Musial e Kazienko (2011) em seus estudos, ou uma cibercultura, conforme Lévy (1999). Tal afirmação é melhor analisada no próximo capítulo, onde é verificada a influência do uso da internet na construção de uma cultura política juvenil no Sul do país.

4. CULTURA POLÍTICA E INTERNET

Ao compreender socialização política como, conforme Almond e Powell (1972), um processo pelo qual as culturas políticas são mantidas ou transformadas, justifica-se a importância de analisar o processo de socialização política dos jovens no contexto atual, para, assim, verificar como a cultura política juvenil está se constituindo. Como visto no capítulo anterior, foi confirmada a hipótese de que a internet é um novo agente socializador, que está contribuindo no processo de internalização de valores políticos dos jovens. Com isso, passa-se a discutir e analisar os impactos desse novo agente socializador na cultura política juvenil.

Os sistemas atuais de produção estão sendo radicalmente transformados pelas novas tecnologias de informação e comunicação, pois estas estão promovendo modificações nas noções de tempo e de espaço (TOURAINÉ, 1981; MELUCCI, 1996; CASTELLS, 2007; BARBER, 1999). Entre as novas tecnologias, a internet é o principal sistema de informação e comunicação na sociedade contemporânea (WARF e GRIMES, 1997; CASTELLS, 2007; RECUERO, 2009). Desde a ascensão da internet, tem sido destacado o seu potencial para fomentar o envolvimento dos cidadãos na política (NORRIS, 2006), uma vez que proporciona fácil acesso às informações políticas, fornecendo todos os tipos de oportunidades para os cidadãos participarem em debates políticos e para os políticos se comunicarem interativamente com seus eleitores (HARVEY, 1992; GIBSON e WARD, 2000; GIBSON, NIXON e WARD, 2003; BRAGA, NICOLAS e CRUZ, 2010). Por essa razão, alguns intelectuais afirmam que os meios de comunicação, em especial a internet, têm potencial para contribuir com a qualidade da democracia visto que fomenta o envolvimento com a política (TSAGAROUSIANOU, TAMBINI e BRIAN, 1998; GIMMLER, 2001; LATTMAN-WELTMAN, 2003; SUNSTEIN, 2003; FERDINAND, 2007; HILL e HUGHES, 2007).

Para avaliar o papel e as implicações das novas tecnologias de informação e comunicação na qualidade da democracia é necessário auferir a influência do uso da internet na constituição de uma cultura política. Isso porque de acordo com Dahlgren (2000, p. 161) a internet é “lugar de formação da vontade política, via um fluxo livre de

informações pertinentes e de ideais, consistindo em interações face a face e interações midiáticas”. Igualmente é considerada uma rede sociotécnica que “dá aos indivíduos a sensação de completa liberdade de uso, de possibilidades de criação, de múltipla existência no ciberespaço, de navegação anônima, de impossibilidade de observação e acompanhamento dos corpos virtualizados” (SILVEIRA, 2011, p. 16), possibilitando, através da socialização política, a constituição de uma nova cultura política. Ayed (2005, p.128) ressalta que “the Internet represents one of the technological means in the knowledge revolution. It bears political culture essence with many meanings”¹²².

Como base nessa afirmação, segundo Yee (2007), algumas pessoas acabariam vivenciando tão intensamente as identidades e interações virtuais que acarretaria na gradativa incorporação de sua identidade virtual na sua maneira habitual de ser no “mundo real”, transportando assim suas vivências do mundo virtual ao mundo real de forma a influenciar na cultura política existente. Nesse sentido, Carvalho (2012), ao analisar as mobilizações geradas pela internet antes de 2012 na África e na Europa, ressalta que é necessário desconstruir a distinção feita entre “virtual” e “real”. Para a autora, as interações estabelecidas através de um suporte digital, na medida em que essas relações estabelecidas não podem ser dissociadas de uma dinâmica social off-line por detrás da tela do computador. A autora considera que a internet é uma arena pública de interações, pois da mesma forma que reproduz nesses novos meios antigos valores, como monopólios e desigualdades, permite, por outro lado, o estabelecimento da própria noção de coletividade em outros espaços, uma vez que é possível conectar em rede pessoas e ideias para além das limitações físicas temporais e territoriais. Nesse cenário, segundo Carvalho (2012), se estimula o surgimento de uma nova classe política, fundada em uma dinâmica questionadora dos parâmetros hierárquicos e territoriais da democracia moderna. Essa nova classe política conjuga o sentimento coletivo de não conformismo ao atual estágio do sistema capitalista, ou seja, “os automeados ‘Indignados’ fazem uso de ferramentas digitais

¹²² A internet representa um dos meios tecnológicos na revolução do conhecimento. Ela carrega a essência da cultura política com seus muitos significados (tradução da autora).

para compartilhar experiências dispersas espacialmente e debater estratégias concretas, tendo em vista o que consideram uma ‘democracia real’” (CARVALHO, 2012, p. 201).

Nessa direção, a internet parece vir com a promessa de oferecer esperanças para a construção de uma sociedade mais democrática, mais igualitária e inclusiva, por promover, de forma descentralizada, a mobilização social. Igualmente, para Agre (1997), a internet pode ajudar a renovar as instituições e libertar a sociedade de seus legados autoritários. Entretanto, mesmo aceitando que a internet detém essas possibilidades, é necessário também aceitar que estas não são absolutamente inevitáveis, pois para que a internet se transforme em um instrumento de progresso social, ao invés de um instrumento de opressão de outro meio de difusão centralizado ou simplesmente em desperdício de dinheiro “os cidadãos envolvidos precisam compreender as diferentes maneiras como a Internet pode se incorporar em processos sociais mais amplos” (AGRE, 1997, p. 117).

Conforme Agre (1997), tais argumentos sugerem que ao se pensar nas maneiras culturalmente apropriadas de usar tecnologias como a internet, o melhor ponto de partida são as pessoas, além da maneira como elas pensam em conjunto. Ou seja, a cultura política e o contexto da sociedade influenciam na forma como tal sociedade se apropria da internet, a forma como irá usar, o que, por sua vez, influencia na constituição de uma cultura política, formando um ciclo capaz de estimular a constituição de uma cultura mais democrática ou apenas um ciclo vicioso, que reforça a cultura já existente.

Do ponto de vista positivo, Sunstein (2003) afirma que a internet é uma ferramenta capaz de influenciar atitudes mais democráticas. Destaca, no entanto, que o uso da internet é egocêntrico, pois quando a pessoa tem interesse político, esta limita a determinados pontos de vista ao buscar informações, lendo unicamente as pessoas que apresentam as mesmas opiniões e escolhendo o site de informação conforme o posicionamento político. A consequência é que os usuários criam redes de contato em torno das pessoas ou canais que apresentam o mesmo pensamento político, buscando evitar o contato com as opiniões que divergem das suas. Segundo

o autor, para que uma democracia funcione bem é necessário o compartilhamento de experiências. Os indivíduos devem ter um quadro comum de referência, pelo menos por algum tempo, e os cidadãos têm de ser postos em contato com várias questões e pontos de vista que não tenham especificamente escolhidos com antecedência. Isto somente é possível via internet por proporcionar um fluxo variado e rico de informações. A internet se constitui em um meio eficaz para preservar e promover esses princípios, no mesmo tempo que oferece a possibilidade de miná-los e, nesse caso, é necessário impedir que isso aconteça (SUNSTEIN, 2003).

Kluver e Banerjee (2005) destacam que a utilização da internet para fins políticos, no entanto, requer não apenas uma ligação à internet, mas também outros elementos de infraestrutura (computadores, conexão, telefone de linha, celulares, tablets, etc.) e, sobretudo, habilidades específicas. Autores, que pesquisaram sobre o uso da internet em países da Ásia, concluem que nesses países existe um obstáculo para o uso da internet, pois, de forma geral, não existe uma boa infraestrutura, nem conhecimento básico de informática. Assim, segundo eles, há pouca esperança, em um futuro próximo, de que a internet venha a fazer muita diferença naquelas nações que precisam urgentemente de informação política e de empoderamento (KLUVER e BANERJEE, 2005). Na verdade, o que se contata é que o rápido progresso da tecnologia possibilita que alguns cidadãos obtenham amplo acesso à informação, enquanto que aqueles situados nas camadas mais baixas ficam, cada vez mais, para trás.

Essa realidade é similar no caso brasileiro, onde se verifica a existência de uma significativa desigualdade digital (GROSSI, COSTA e SANTOS, 2013; WAISELFISZ, 2007). A presença desse fator, para alguns autores (FOOT *et al.*, 2009; HO, KLUVER E YANG, 2003; KLUVER, 2005; OTT, 1998; KLUVER e BENERJEE, 2005) sugere que as particularidades da cultura política contextualizam a adoção e adaptação da tecnologia na política dentro do contexto de cada país. No caso brasileiro, no qual a cultura política é considerada híbrida, com baixo interesse na política e baixos níveis de participação política, é necessário compreender como a população está utilizando essa ferramenta, se de forma positiva ou negativa.

Como foi visto nos capítulos anteriores, a influência da internet tem sido mais significativa na cultura política dos jovens, que passam maior parte do seu dia conectados. Nesse grupo, segundo Ayde (2005, p. 128), a internet fez um movimento qualitativo nos campos de pesquisa, opiniões, atitudes e notícias políticas “until it became the most important communication channels which plays a prominent role in changing the system of values and revising students' and societies' attitudes culturally, politically and socially”¹²³. Para o autor, a internet dá oportunidade de olhar para os recursos de informação, canais e sites diferentes que enriquecem a cultura política dos estudantes, além de ajudar os jovens a olharem para outras culturas políticas. O pesquisador conclui que a internet tem facilitado a conversa e o diálogo entre pessoas de todo o mundo e fundou um terreno para discussões, debates e palestras, além de ter se fixado a cultura política existente no capitalismo, ou seja, a internet não produziu uma nova cultura política, mas, por não ser estável, está exposta a mudança.

A análise desses estudos e pesquisas indicam que apesar da internet ser uma ferramenta que possibilita a interação e a mobilização social, podendo ser uma ferramenta útil na constituição de uma cultura política marcada pela participação e pela luta democrática, que fortaleceria a democracia, ainda não se sabe ao certo qual é a sua real influência nesse processo, visto que os autores ponderam que o uso da internet deve ser analisado com base no contexto de cada sociedade, pois o contexto que influencia em grande medida a forma como as pessoas utilizam a internet. Em 1997, Agre já apostava que as máquinas não reformam a sociedade, consertam as instituições, criam redes sociais ou produzem uma cultura democrática, a internet é simplesmente um instrumento entre vários, que as pessoas podem utilizar de forma favorável, ou não, para a democracia. Ou seja, “não é a tecnologia que muda a sociedade. Nunca foi. A sociedade, ou os movimentos sociais ou as relações sociais, é o que dá sentido social e histórico para a tecnologia, e não o contrário” (BUCCI, 2009, p. 208).

¹²³ Até que se tornou um dos canais mais importantes de comunicação que desempenha um papel importante no sistema de valores e uma revisão das atitudes culturais, políticas e sociais dos estudantes e da sociedade (tradução da autora).

Em síntese, cabe ressaltar que além de estabelecer uma relação entre o uso da internet com a constituição de uma cultura política mais democrática, ou seja, com maior interesse político por parte dos cidadãos (AYDE, 2005; AGRE, 1997; SUNSTEIN, 2003), as pesquisas apontam três aspectos que o uso da internet vem gerando na cultura política: polarização das opiniões políticas, intolerância política e discurso de ódio. Esses fatores são examinados a seguir.

4.1 POLARIZAÇÃO DAS OPINIÕES POLÍTICAS

Para vários autores (CONOVER *et al.*, 2011; PRIOR, 2013; YANG *et al.*, 2016; CARMINAS, ENSLEY e WAGNER, 2012; FIORINA e ABRAMS, 2008; SMITH, 2011; STROUD, 2011), a seletividade de informações está colaborando para uma polarização das opiniões políticas na internet, visto que influenciam os posicionamentos extremos sobre determinado assunto político. Sunstein (2003), por exemplo, argumenta que se os indivíduos estão expostos exclusivamente a pessoas ou fatos que reforçam suas crenças pré-existentes, não havendo um ecossistema saudável de ideais concorrentes, a democracia sofre. Segundo Stroud (2011), a internet oferece aos cidadãos um acesso quase ilimitado para páginas, blogs e redes sociais, além de permitir que as pessoas selecionem as informações conforme as suas predisposições, o que gera a percepção de que as informações de políticos ou partidos políticos, que os cidadãos não gostam, sejam consideradas como extremas, tendenciosas ou incompetentes. O conjunto dessas percepções levou os cidadãos a perceber o sistema político como polarizado (SMITH, 2011).

Os debates sobre a polarização política na internet vêm ganhando adeptos (CONOVER *et al.*, 2011; PRIOR, 2013; YANG *et al.*, 2016; CARMINAS, ENSLEY e WAGNER, 2012, FIORINA e ABRAMS, 2008; SMITH, 2011; STROUD, 2011). Yang *et al.* (2016) distinguem, na literatura, dois tipos de polarização política: (1) a polarização das atitudes ou o reforço de pontos de vista individuais (PRIOR, 2013); (2) a polarização em nível agregado, tais como o aumento da distância entre partidários com preferências políticas opostas (HETHERINGTON e ROUSH, 2013) ou

a antipatia que esses partidários sentem um pelo outro (GARRETT *et al.*, 2014). A primeira é definida como um fenômeno a nível individual e ocorre quando a atitude de um indivíduo se move em direção a uma posição mais extrema (YANG *et al.*, 2016). Abrams e Fiorina (2012) definem a segunda como as preferências que se aglomeram em polos ideológicos.

Além desses dois tipos de polarização política, do ponto de vista metodológico, estudos têm sido desenvolvidos para medir a polarização, seja ela de atitudes ou em nível agregado, sendo as mais utilizadas a polarização percebida (YANG *et al.*, 2016; GARRET *et al.*, 2014; WESTFALL *et al.*, 2015; SHERMAN, HOGG e MAITNER, 2009) e a polarização afetiva (YANG *et al.*, 2016; IYENGAR, SOOD e LELKES, 2012). Segundo Yang *et al.* (2016), o crescente foco acadêmico sobre a polarização percebida é motivado pelo reconhecimento de que a percepção em geral tem consequências muito reais para atitudes, cognições e comportamentos do indivíduo¹²⁴. A polarização afetiva, definida por Iyengar, Sood e Lelkes (2012), é mensurada pelo sentimento que cada partidário tem dos partidários pertencentes ao grupo contrário, extrapolando do foco de posições políticas para o lado afetivo. Iyengar, Sood e Lelkes (2012) exemplificam a polarização afetiva com base nos Estados Unidos, onde tal polarização tem aumentado ao longo das últimas décadas, pois tanto os republicanos quanto os democratas não gostam de seus adversários e procedem de forma a extrapolar suas opiniões sobre os traços negativos dos membros do partido adversário. Em suma, a polarização neste caso, é tanto de atitudes quanto de nível agregado, bem como é formada pela percepção influenciando na afeição (IYENGAR, SOOD e LELKES, 2012).

Em uma direção sinérgica, Yang *et al.* (2016) trabalham com o pressuposto de que a polarização percebida e a afetiva complementam-se, visto que a percebida trabalha com a percepção das emissões de conteúdo político e a afetiva ocorre

¹²⁴ Quando as pessoas percebem que o eleitorado de massa e os partidos políticos são polarizados, elas pensam que podem adotar preferências políticas mais extremas (AHLER, 2014), porque as pessoas tendem a adotar percepções de grupos que afirmam suas identidades sócio-política (KATZ, 1960).

quando os indivíduos percebem que existem grupos políticos ou sociais diferentes das suas preferências políticas. Ou seja, quando uma pessoa percebe que as posições dos partidos políticos sobre determinadas questões estão distantes, percebe que existe uma polarização política, com isso, se a pessoa escolher um dos lados políticos, podem existir grupos políticos dos quais não gosta. A percepção da polarização, então, muda as atitudes dos cidadãos, gerando sentimentos negativos do outro, pois considera que não faz parte do seu grupo, o resultado é a geração da intolerância política e discurso de ódio. Nesse sentido, a internet passa a se constituir como um disseminador da sensação de polarização, de intolerância política e discurso de ódio.

4.2 INTOLERÂNCIA POLÍTICA

O segundo aspecto negativo do uso da internet se refere à intolerância política (HINCKLEY, 2015; GALSTON, 2003; DAHLGREN, 2005; ZOGHAIB, 2011). A internet oferece muitas novas oportunidades para consumir seletivamente mensagens que reforçam nossas predisposições existentes, bem como opções de notícias não-políticas. A este respeito, Sunstein (2003), destaca que isso é o uso egocêntrico da internet e que essa exposição seletiva pode causar efeitos positivos ou negativos nas atitudes políticas. Na mesma linha de análise, Hinckley (2015) argumenta que consumir pontos de vista agradáveis é problemático quando promove julgamento tendencioso, hiper-partidarismo e reduz a legitimidade de manter um ponto de vista alternativo. Essa seletividade resulta de uma variedade de motivações que não são igualmente distribuídas na sociedade, incluindo o partidarismo, interesse político, ansiedade ou o desejo de satisfazer as necessidades psicológicas menos visíveis (HINCKLEY, 2015).

Assim, apesar da internet proporcionar uma heterogeneidade comunicativa, o lado negativo desse desenvolvimento é, naturalmente, a fragmentação, com as esferas públicas virando em direção díspares ilhas de comunicação política (GALSTON, 2003). Nesse sentido, para Dahlgren (2005), a fragmentação, decorrente da proliferação de grupos, pode fomentar a intolerância. Uma atmosfera de

intolerância limita a percepção das liberdades dos cidadãos, afetando a democracia. Gibson (1992), ressalta que a consequência de uma população intolerante, a esse respeito nos Estados Unidos, resulta em uma sociedade fragmentada e polarizada, conformista e inflexível, não querendo se envolver na discussão, o que é uma ameaça iminente para um governo democrático.

Os estudos sobre tolerância política começaram na década de 1950, com o trabalho seminal de Stouffer (1955), que apesar de não definir o conceito, propõe que para medir este conceito o pesquisador precisa identificar os grupos que são considerados os alvos de intolerância e pedir aos entrevistados se eles iriam tolerar participar de atividades com estes grupos. Outra forma de medir, sugerida por Sullivan, Piereson e Marcus (1982), consiste em dar aos entrevistados a chance de definir qual é o grupo que menos gosta, para depois responder perguntas que avaliam o nível de intolerância para com esse grupo escolhido. Em relação à definição do conceito, Gibson e Bingham (1982), afirmam que tolerância política refere-se a uma vontade de alargar os direitos de cidadania a todos os membros da comunidade política, isto é para permitir as liberdades políticas para aqueles que são diferentes. Para Nie, Junn e Stehlik-Barry (1996), a tolerância é a crença de que todos os cidadãos têm o direito de expressar seus pontos de vista políticos, independentemente de quão perigoso ou repugnante essas observações possam ser, a tolerância sinaliza um compromisso fundamental com as regras do jogo democrático. Um alto grau de tolerância significa o reconhecimento da importância de permitir que todos na comunidade política tenham o direito de expressar seus pontos de vista, independentemente do conteúdo (NIE, JUNN e STEHLIK-BARRY, 1996). No entanto, a maioria concorda que o fundamento básico da definição de tolerância está em colocar-se com alguém ou algo que não gosta e/ou aceitar algo que se sente mais à vontade para rejeitar.

McClosky e Brill (1983) argumentam que a capacidade de ser intolerante é mais natural para os indivíduos do que ser tolerante. A menos que os indivíduos se sintam pressionados por uma fonte externa para apresentar tolerância, é mais natural (e provável) para os indivíduos permanecerem intolerantes. Do ponto de vista cognitivo,

a intolerância é mais fácil porque os preconceitos e os estereótipos sobre indivíduos ou grupos foram transmitidos facilmente pela socialização política (ABOUD E DOYLE, 1996). No entanto, Marcus *et al.* (1995) já afirmavam que a tolerância pode ser aprendida através de fatores como a compreensão e aprendizagem de informações atuais sobre o cenário político. Além disso, Zoghaib (2011), ao trabalhar com as teorias de aprendizagem social, propõe que as atitudes das crianças são desenvolvidas como resultado de circunstâncias ambientais e experiências pessoais, conseqüentemente, baixos níveis de tolerância e baixos níveis de liberdades civis são a partir de uma experiência de socialização coletiva.

As atitudes de tolerância estão sujeitas a manipulação e mobilização (GIBSON e ANDERSEN, 1985), portanto a mídia pode desempenhar um papel influente no aumento da tolerância ou da intolerância política. Zoghaib (2011) ressalta que a internet, como um meio relativamente novo, em comparação com a televisão, está correlacionada com maior seletividade e mais motivação para a busca de informações, e as pessoas costumam procurar as mensagens que confirmam as suas ideias e atitudes. No início dos anos 2000, Sunstein (2003) apontava que esse tipo de atitude na internet gera cidadãos menos informados, mais polarizadas, mais fragmentados e intolerantes, o que representa um perigo para os sistemas democráticos. Isso porque pessoas com intolerância procuram informações que fortalecem suas atitudes negativas para com os grupos que não gosta, e por isso espera-se que haverá uma relação negativa entre o uso da Internet e de tolerância política (ZOGHAIB, 2011). Contrária a esta posição, Foghammar (2012) explica que a acessibilidade da internet colabora com uma melhoria na educação, com isso os efeitos do uso da internet são positivos em relação a geração de mais tolerância¹²⁵.

No caso brasileiro, em virtude dos acontecimentos políticos nos últimos anos, a internet parece estar contribuindo para guiar atitudes de intolerância política com as opiniões divergentes, o que acaba por gerar um discurso de ódio e uma polarização das opiniões. Tais atitudes, parecem reforçar a cultura política do mundo real no

¹²⁵ Hinckley (2015) trabalha a relação de tolerância política com autoritarismo.

mundo virtual, visto que, no Brasil, de acordo com pesquisas longitudinais, a população de forma geral não mostra interesse na política, sendo, assim, intolerante com estes assuntos.

4.3 DISCURSO DE ÓDIO

De acordo com Lebrun (2008)¹²⁶, o ódio está diretamente ligado à violência, está presente em nossa vida diária, nos nossos erros, na nossa agressividade, na forma como olhamos, no tom da nossa voz, em nosso desejo de dominar, na maneira pela qual nos dirigimos ao outro já que ele nos habita, mesmo antes que possamos lembrar, e é externado, principalmente, no encontro com o outro, que é sempre violento e perturbador. A internet e as redes sociais além de facilitarem este encontro com o outro (MARGOLIS e MORENO-RIÃÑO, 2013), geram uma sensação de anonimato e impunidade nos usuários (ISHITANI, 2003; SOLOVE, 2007; DYSON, 1998). Através da internet, o homem comete ilícitos, propaga mensagens de conteúdo prejudicial, viola direitos fundamentais dos demais usuários (SILVA *et al.*, 2011), disseminando discursos de ódio (SILVA *et al.* 2011; COIMBRA, 2014; SEVASTI, 2014; POLLOCK, 2010; SLANE, 2007; BLARCUM, 2005; MCGONAGLE, 2012; COHEN-ALMAGOR, 2011; BANKS, 2010)¹²⁷. Esses discursos, segundo Silva *et al.* (2011), caracterizam-se por incitar a discriminação contra pessoas que partilham de uma característica identitária comum, como a cor da pele, o gênero, a opção sexual, a nacionalidade, a religião, assim como crenças, valores e ideologias¹²⁸.

¹²⁶ Este conceito de ódio, da área da medicina, elucida o momento de externalização do ódio: no encontro com o outro. E a internet e as redes sociais proporcionam de forma ampliada este encontro com o outro, sendo assim espaço de disseminação do ódio.

¹²⁷ Os indivíduos que disseminam o ódio nas redes sociais, são conhecidos como *haters*. Os *haters* são pessoas que violam as regras de gentileza e de comportamento civil para chamar a atenção. Por isso, o termo *hater* é tão pejorativo, pois se refere às pessoas que expressam ódio sem justificativa nos espaços de interação e conversação (COIMBRA, 2014).

¹²⁸ Segundo Silva *et al.* (2011), discurso de ódio compõe-se de dois elementos básicos: discriminação e externalidade. É uma manifestação segregacionista, baseada na dicotomia superior (emissor) e inferior (atingido) e, como manifestação que é, passa a existir quando é dada a conhecer por outrem que não o próprio autor. Além disso, Silva *et al.* (2011, p. 448), ressalta que “quanto a suas estratégias de persuasão, o discurso de ódio aproveita-se de elementos relativos à área de publicidade e propaganda para angariar adeptos, quais sejam, a criação de estereótipos, a substituição de nomes, a

Na literatura especializada, parece não haver um consenso sobre o conteúdo desses discursos de ódio, pois pode ser motivado por todos os tipos de diferenças percebidas (NIELSEN, 2002), ele pode derivar de hostilidade reprimida e ignorância (LEETS, 2002) ou da falta de educação (LENKOVA, 1998) ou é resultado de um passado violento (BRINK, 2001). Lenkova (1998) define o discurso do ódio como o uso do vocabulário discriminatório e seletivo, que tenta legitimar o pensamento negativo sobre todos aqueles que não são “nós”, aqueles que são os “outros”. Simpson (2013) refere-se ao desprezo à base de identidade, independentemente de como alguém usá-lo ou como isso afeta suas metas. Segundo o autor, discurso do ódio é um termo da arte na teoria legal e política que é usado para se referir à conduta verbal que expressa voluntariamente antipatia intensa em direção a algum grupo ou em direção a um indivíduo que participam em algum grupo. Para o autor, o discurso do ódio inclui, assim, aspectos como o abuso de identidade prejudicial e assédio, certos usos de insultos, alguns discursos político e/ou religioso extremistas (por exemplo, declarações no sentido de que todos os muçulmanos são terroristas, ou que as pessoas homossexuais são a segunda classe dos seres humanos), e certas manifestações de símbolos de ódio (por exemplo, suásticas ou cruzes em chamas).

Outras definições (LEETS e GILES, 1999; LEETS, 2001; BRINK, 2001; NEMES, 2002; NIELSEN, 2002; PAREKH, 2006; REED, 2009; HARRIS, ROWBOTHAM e STEVENSON, 2009; YONG, 2011) também convergem para um ponto em comum: a ofensa ao outro. Sevasti (2014) busca resumir o conceito: o discurso do ódio é visto como uma expressão de inimizade e de intolerância com o uso de linguagem ofensiva, pelas diferenças de raça, nacionalidade, religião, orientação sexual, ideologias políticas, entre outras. Neste estudo, utiliza-se a definição de Cohen-Almagor (2011), na qual o discurso de ódio na internet é um tipo específico de conteúdo on-line que é projetado para ameaçar certos grupos públicos e agir como propaganda para organizações off-line, os grupos de ódio usam sites para

seleção exclusiva de fatos favoráveis ao seu ponto de vista, a criação de “inimigos”, o apelo à autoridade e a afirmação e repetição, conforme Brown (1971)”.

compartilhamento de ideologia, propaganda, links para sites semelhantes, recrutando de novos *haters*, defendendo a violência e ameaçando outros¹²⁹.

Sevasti (2014) ressalta que em um espaço público onde as mensagens de ódio e intolerância são admissíveis, as pessoas podem se sentir amedrontadas e intimidadas para expressar seus pontos de vista. Em outras palavras, o discurso do ódio em uma plataforma de mídia social populares, como Twitter, Facebook ou blogs, pode obstruir o processo construtivo de deliberação e ameaçar a democracia¹³⁰. Isso porque cria sentimentos de medo e desencoraja-os de participar em sua comunidade ou expressar as suas opiniões (SEVASTI, 2014). Além disso, esta degradação e humilhação pode silenciar as 'vítimas' e, portanto, reforçar hierarquias existentes na sociedade (NIELSEN, 2002), ao mesmo tempo que também pode levar as vítimas do discurso de ódio a se tornarem agressivas e perigosas (PAREKH, 2006). Sevasti (2014) ressalta que perante esses fatos, que dizem respeito à natureza nociva do discurso do ódio, não há dúvida de que a discriminação ofensiva é um fenômeno indesejável e negativo em uma sociedade democrática. No entanto, qualquer tentativa de restringir o discurso do ódio contradiz os princípios democráticos da liberdade de expressão e do direito à livre expressão¹³¹ (SEVASTI, 2014).

¹²⁹ Segundo Cohen-Almagor (2011), o discurso de ódio é hostil, motivado pelo preconceito, malicioso, destinado a uma pessoa ou um grupo de pessoas por determinadas características reais ou percebidas inatas. O discurso expressa discriminação, intimidação, desaprovação, antagonista e/ou atitudes preconceituosas em relação a essas características, que incluem sexo, raça, religião, etnia, cor, nacionalidade, deficiência ou orientação sexual. É destinado a ferir, desumanizar, assediar, intimidar, degradar e vitimizar os grupos-alvo, além de fomentar insensibilidade e brutalidade contra eles. Um site de ódio é definido como um site que carrega uma mensagem de ódio em qualquer forma de texto ou retórica visual, baseada em áudio.

¹³⁰ Para Sevasti (2014), apesar do estatuto ambíguo do discurso do ódio no mundo acadêmico, as suas implicações negativas para a sociedade são claras para todos. Sevasti (2014) destaca algumas contribuições nesse sentido: (1) de acordo com Leets (2002), o discurso do ódio viola a dignidade do indivíduo, resultando à humilhação, angústia e dor psicológica ou emocional; (2) Downs e Cowan (2012) mencionam em seu estudo que o discurso do ódio tem sido uma forte arma que pode prejudicar indivíduos por degradar a imagem, aterrorizar, ferir e humilhar; (3) Nemes (2002) vai mais longe, ao mencionar os danos do discurso do ódio sobre os indivíduos, os grupos e a sociedade como um todo. Na medida em que diz respeito aos indivíduos, ele menciona que o discurso do ódio pode provocar dor, angústia, medo, vergonha, isolamento etc.

¹³¹ Muitos estudos debatem sobre as soluções legais para acabar com o discurso do ódio na internet, sem que isso afete ao direito de liberdade de expressão dos cidadãos (UNESCO, 2015; SLANE, 2007; BLARCUM, 2005; MCGONAGLE, 2012; COHEN-ALMAGOR, 2011; BANKS, 2010). Cornwell e Orbe (1999) menciona que a tentativa de limitar o discurso do ódio resultaria à censura. Da mesma forma, Brink (2001) menciona que a regulação do discurso de ódio pode trazer igualdade, mas isso afetaria a

O discurso de ódio *online* vem chamando atenção para estudos acadêmicos (SEVASTI, 2014; LEETS, 2001; NEMES, 2002; DUFFY, 2003; REED, 2009; HARRIS, ROWBOTHAM e STEVENSON, 2009; SIMPSON, 2013) e, aparentemente, há um consenso nessa literatura, de que a internet facilita a expansão do discurso do ódio no mundo digital¹³². Com isso, Sevasti (2014) apresenta quatro razões principais de responsabilização da existência do discurso de ódio na internet: (1) a internet permite a liberdade absoluta de expressão¹³³; (2) a amplitude do alcance da mensagem quando postada na internet¹³⁴; (3) a possibilidade de manter um relativo anonimato no mundo virtual¹³⁵; (4) a internet é descontrolada e não regulamentada¹³⁶. Além disso, é importante ressaltar, conforme Shaw (2012), que na tentativa de definir as palavras prejudiciais no discurso do ódio deve-se considerar o contexto social e histórico em que um discurso está ocorrendo, pois, o discurso em geral e o impacto das palavras também são definidos pelas normas de cada comunidade¹³⁷.

liberdade. Na mesma linha, Downs e Cowan (2012) mencionam que se o discurso é restrito, silencia aqueles que podem se beneficiar em grande parte de sua expressão.

¹³² Spiegel (1999) previu que a internet seria outra ferramenta de comunicação para os racistas e os "propagadores do ódio" espalharem suas mensagens. Nemes (2002) considerou a internet um canal muito importante para aqueles que querem espalhar mensagens de ódio enquanto Duffy (2003) expressou sua visão extrema da Web ser um colaborador em uma cultura de ódio e violência.

¹³³ Segundo Harris, Rowbotham e Stevenson (2009), o fenômeno de expressão de ódio em plataformas *online* torna-se contínuo, pois os usuários estão autorizados a expressar o que quiserem e da forma que quiserem.

¹³⁴ Há amplitude entre uma ou mais redes e, conseqüentemente, existe a circulação, a adoção e a repetição da mensagem (HENRY, 2009).

¹³⁵ A internet possibilita a construção de vários perfis e/ou identidades, que passam a sensação de impunidade e anonimato ao usuário (ISHITANI, 2003; SOLOVE, 2007; DYSON, 1998). Nemes (2002) afirma que, devido ao anonimato *online*, a internet não só ajuda a criminosos para disseminar a sua mensagem e prejudicar as pessoas, mas também os protege.

¹³⁶ A falta de uma supervisão ou regulamentação da internet promove à corrupção, até das mentes mais inocentes (ELTIS, 2012). E isso dificulta identificar e regular o discurso de ódio (SEVASTI, 2014)

¹³⁷ Erjavec e Kovavic (2013) identificam quatro diferentes tipos de produtores discurso do ódio: soldados, crentes, *watchdogs* e jogadores. Estes compartilham características diferentes, motivos diferentes na produção de discursos de ódio e também recebem gratificações diferentes por se envolverem com o discurso de ódio. Os soldados tendem a usar a linguagem militar (por exemplo, missão, guerra, inimigo etc.), são geralmente membros de partidos políticos e eles usam o discurso do ódio de acordo com as ordens de seus superiores, enquanto a sua missão de vida é defender os interesses do grupo, atacando o inimigo. Os crentes são definidos por sua fé em seguir os seus modelos políticos e ideológicos e na defesa dos seus valores, eles escrevem por sua própria iniciativa e que a maioria deles usam pseudônimos. O *watchdogs* são motivados pela injustiça social, que compreendem o meio virtual como possibilidade de restaurar a ordem, chamando a atenção para problemas sociais e defesa dos direitos dos grupos em conflito. Os jogadores se refere aos comentários produzidos por personalidades libertárias, que tratam os discursos de ódio como um jogo na comunidade *online*, com objetivo de ser engraçado e humilhar outras pessoas.

Além disso, Haque (2014), em pesquisa qualitativa com usuários do ciberespaço paquistanês, identificou que a maioria das postagens de discurso de ódio registradas foi de ataques pessoais, visando principalmente atores estatais. De acordo com Haque (2014), o discurso do ódio desmascara e cria um ambiente onde a violência real contra políticos e jornalistas não só é tolerada, como comemorada pelos demais usuários. Neste caso, o autor aponta que o fenômeno parece característico do contexto social, cultural e político do Paquistão. Sevasti (2014) conclui que na verdade, o discurso de ódio ameaça a funcionalidade da comunidade e também pode levar ao afastamento político dos cidadãos.

Uns dos poucos estudos sobre este tema no Brasil, realizado por Freire (2013) e Soares (2013) ressaltam que o Brasil está vivenciando uma realidade de disseminação dos discursos de ódio e intolerância política, através da internet e suas redes sociais, resultado das posturas dogmáticas e, em alguns casos, fundamentalistas. A polarização de opiniões públicas está sendo marcada por um acirramento nos ânimos políticos dos cidadãos através da internet.

Percebe-se que a intolerância política, a polarização política e o discurso de ódio estão entrelaçados nessa nova cultura política que a internet está constituindo. Aumentando a intolerância com o outro que não “agrada”, gerando opiniões extremas que levam a polarização política e, assim, criando e dando espaço para discursos de ódio, o que produz um retrocesso no desenvolvimento de uma cultura política mais participativa e engajada. Com Base nesses conceitos, passa-se para a análise empírica, buscando analisar se o uso da internet influencia na constituição de uma cultura política hostil juvenil no Brasil.

4.4 ANÁLISE EMPÍRICA

Alguns estudos sobre a influência do uso da internet na constituição de uma cultura política apontam para a possibilidade de ações mais democráticas, pois o fluxo de informações pode estimular o interesse pela política (TSAGAROUSIANOU, TAMBINI e BRIAN, 1998; GIMMLER, 2001; LATTMAN-WELTMAN, 2003; SUNSTEIN,

2003; FERDINAND, 2007; HILL e HUGHES, 2007; AYDE, 2005; AGRE, 1997). A lógica empregada, por estes autores, é de que a possibilidade imensurável de acesso à informação garantiria cidadãos mais predispostos à democracia, pois estariam mais interessados pela política no seu dia-a-dia, sentiriam se mais satisfeitos e seguros com o sistema político e fiscalizariam as ações políticas, para que não houvesse espaço para corrupção, além disso confiariam e participariam mais das instituições políticas, aumentando, assim, os níveis de capital social¹³⁸.

No entanto, esses autores afirmam que é necessário relativizar tal influência, visto que o mau uso da internet pode gerar uma via contrária a democracia. Nesse sentido, outros estudos trabalham com a lógica de que, seja pelo fato das pessoas não serem educadas à tecnologia seja pela exclusão digital e falta de estrutura de alguns países, o grande fluxo de informações está gerando outros aspectos na cultura política: polarização das opiniões políticas (CONOVER *et al.*, 2011; PRIOR, 2013; YANG *et al.*, 2016; CARMINES, ENSLEY e WAGNER, 2012, FIORINA e ABRAMS, 2008; SMITH, 2011; STROUD, 2011), intolerância política (HINCKLEY, 2015; GALSTON, 2003; DAHLGREN, 2005; ZOGHAIB, 2011) e discurso de ódio (SILVA *et al.* 2011; COIMBRA, 2014; SEVASTI, 2014; POLLOCK, 2010; SLANE, 2007; BLARCUM, 2005; MCGONAGLE, 2012; COHEN-ALMAGOR, 2011; BANKS, 2010). Ou seja, o grande fluxo de informações divide as opiniões em extremos, polarizando os discursos políticos, e isto amplia a intolerância política entre os grupos com opiniões diferentes e a disseminação de um discurso de ódio por estes grupos.

A análise empírica examina quatro eixos para analisar a influência do uso da internet na constituição de uma cultura política juvenil: (1) interesse por política (SUNSTEIN, 2003; AYDE, 2005; AGRE, 1997, entre outros); (2) polarização de opiniões políticas (CONOVER *et al.*, 2011; PRIOR, 2013; YANG *et al.*, 2016); (3) intolerância política (HINCKLEY, 2015; GALSTON, 2003; DAHLGREN, 2005; ZOGHAIB, 2011); (4) discurso de ódio (SILVA *et al.* 2011; COIMBRA, 2014; SEVASTI,

¹³⁸ No próximo capítulo será analisada a influência do uso da internet nos níveis de capital social dos jovens brasileiros.

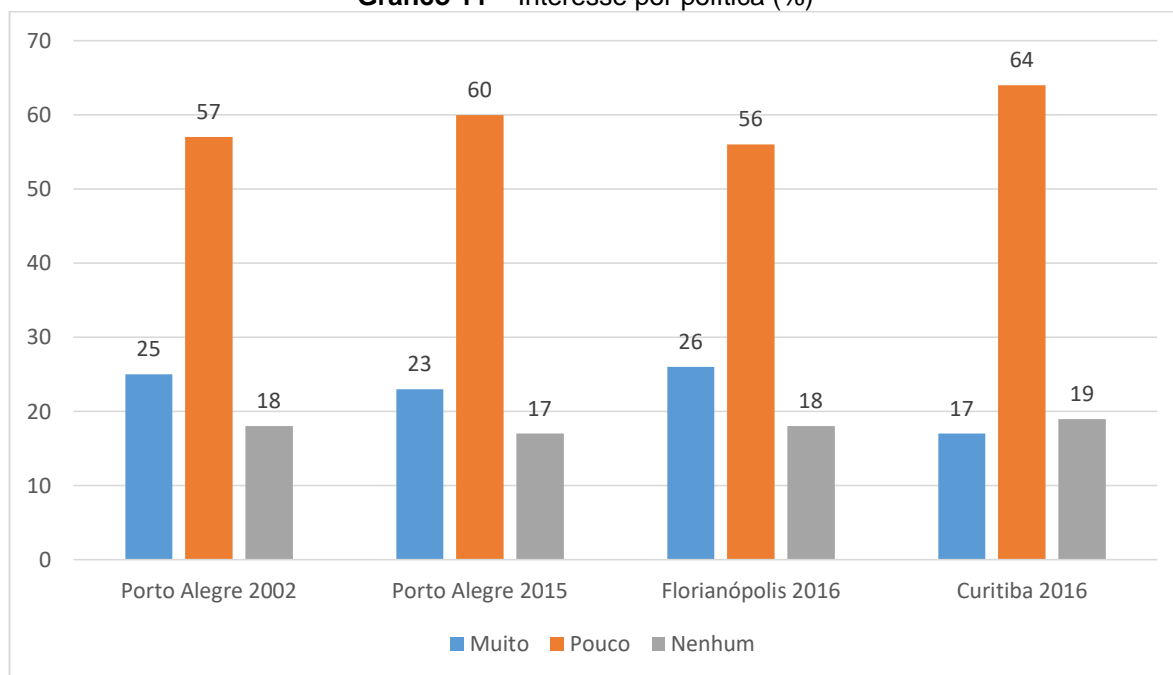
2014). Complementa essa análise uma avaliação da percepção dos jovens em relação à internet colaborar com a consolidação da democracia no Brasil.

4.4.1 Interesse por política

A cultura política brasileira é marcada pelo clientelismo, antipartidarismo, anti-institucionalismo, manipulação, desinteresse e apatia políticos (MOISÉS, 1995, 2008 e 2010; BAQUERO, 2008, 2011 e 2013), além de ser uma cultura política híbrida, pois “mistura dimensões formais procedimentais e informais, de tradição histórica, onde as instituições políticas geralmente carecem de credibilidade e, em alguns casos, de legitimidade” (BAQUERO, 2008, p. 21). Através da socialização política feita pelos agentes socializadores tradicionais, percebe-se que a cultura política juvenil também se caracteriza desta forma. Com o advento da internet, começa a se questionar se esse novo agente socializador é capaz de ocasionar alterações na cultura política juvenil, influenciando, principalmente, em um maior interesse pela política capaz de fortalecer a democracia, conforme alguns autores revisados (TSAGAROUSIANOU, TAMBINI e BRIAN, 1998; GIMMLER, 2001; LATTMAN-WELTMAN, 2003; SUNSTEIN, 2003; FERDINAND, 2007; HILL e HUGHES, 2007).

Para verificar a influência do uso da internet na constituição da cultura política, avalia-se comparativa e longitudinalmente o interesse por política dos jovens desde 2002 (Gráfico 11). Uma análise longitudinal possibilita comparar contextos diferentes para avaliar se existe alguma diferença no interesse político dos jovens.

Gráfico 11 – Interesse por política (%)¹³⁹



n POA 2002 = 500; n POA 2015= 672; n FLO 2016= 556; n CUR 2016= 736

Fonte: NUPESAL, 2002, 2015 e 2016.

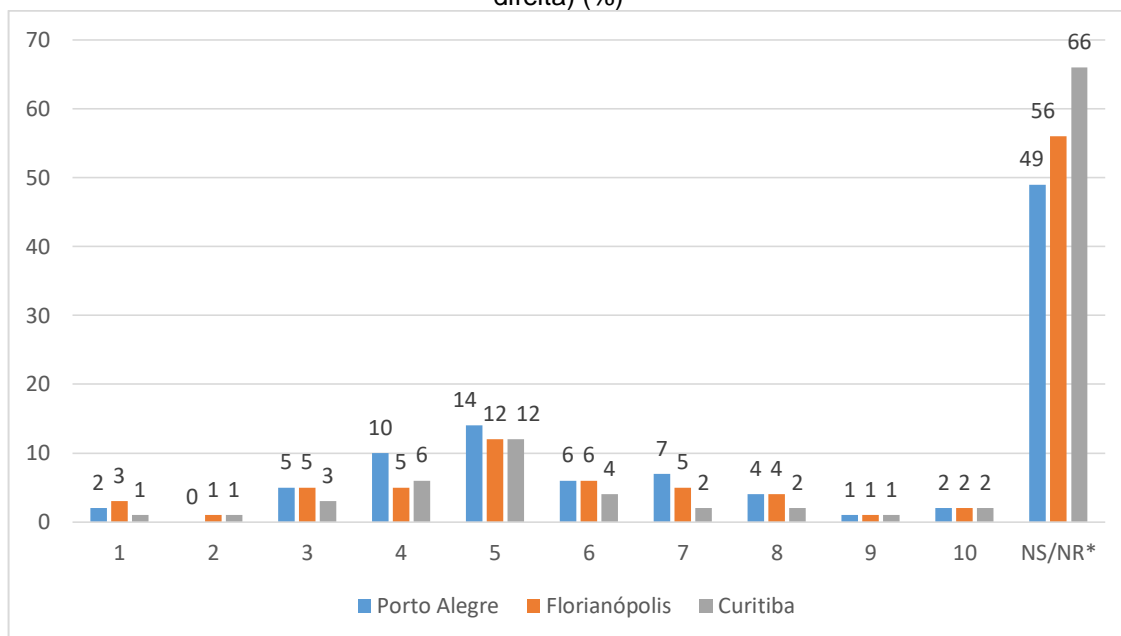
Os dados do Gráfico 11 indicam que o interesse pela política entre os jovens continua baixo (25% em Porto Alegre 2002, 23% em Porto Alegre 2015, 26% em Florianópolis 2016 e 17% em Curitiba 2016). Apesar de se perceber um aumento no pouco interesse em Porto Alegre 2015 (60%) e Curitiba 2016 (64%), isso não caracteriza como mudança na cultura política juvenil, visto que os dados relativos a nenhum interesse em assuntos políticos são similares entre 2002 (18%) e 2015-2016 (17% Porto Alegre, 18% Florianópolis e 19% Curitiba). Os jovens continuam apáticos em relação aos assuntos políticos, uma vez que 60% possui pouco interesse.

Além dessa análise é necessário analisar outras variáveis, para que seja possível verificar se no Brasil, após o advento da internet, está ocorrendo alguma mudança na cultura política juvenil, tais como identificação partidária, sentimento em relação ao país e a política, se concorda com debates políticos, percepção sobre os

¹³⁹ Questão do survey: Você se interessa por política?

políticos e a corrupção, crença e valores na política e conhecimento político. Os Gráficos 12 e 13 apresentam os dados sobre identificação política e partidária.

Gráfico 12 – Posicionamento político dos jovens (1 representa extrema esquerda e o 10 a extrema direita) (%)¹⁴⁰



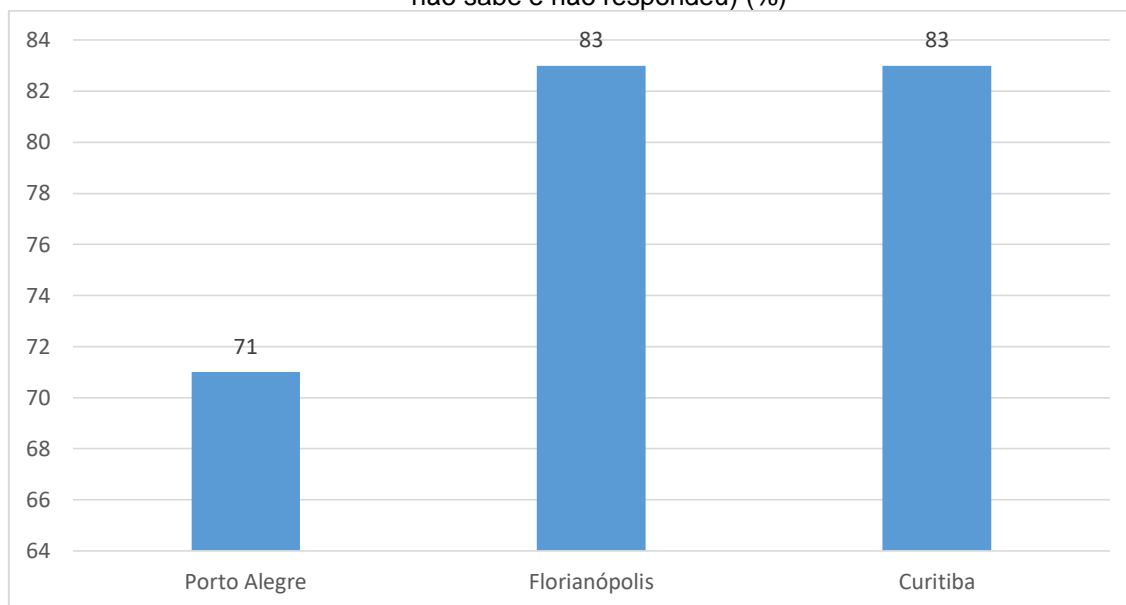
*Não sei, não respondeu e não quer responder
n POA = 690; n FLO = 571; n CUR= 774
Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Conforme o Gráfico 12, percebe-se que os jovens tendem a se posicionar no centro em relação à política (14% em Porto Alegre, 12% em Florianópolis e 12% em Curitiba). No entanto, o jovem normalmente não sabe, não responde ou não quer responder sobre essa questão, com média de 57% dos entrevistados (49% em Porto Alegre, 56% em Florianópolis e 66% em Curitiba). Nesse sentido, a polarização das opiniões políticas que está acontecendo na internet pode não favorecer a um posicionamento do jovem, visto que este acaba não se posicionando em relação à política. Outro motivo pode ser a falta de conhecimento do que é esquerda e direita

¹⁴⁰ Questão do survey: Atualmente, fala-se muito sobre direita e esquerda na política brasileira. Na escala abaixo o 1 corresponde a extrema esquerda e o 10 a extrema direita. Marque um X em qual posição você se coloca.

na política, visto que o contexto político do Brasil parece confuso, pois partidos que se posicionam de uma forma apresentam discursos e práticas distintas.

Gráfico 13 – Identificação com partidos políticos (soma das respostas não tem preferência partidária, não sabe e não respondeu) (%)¹⁴¹



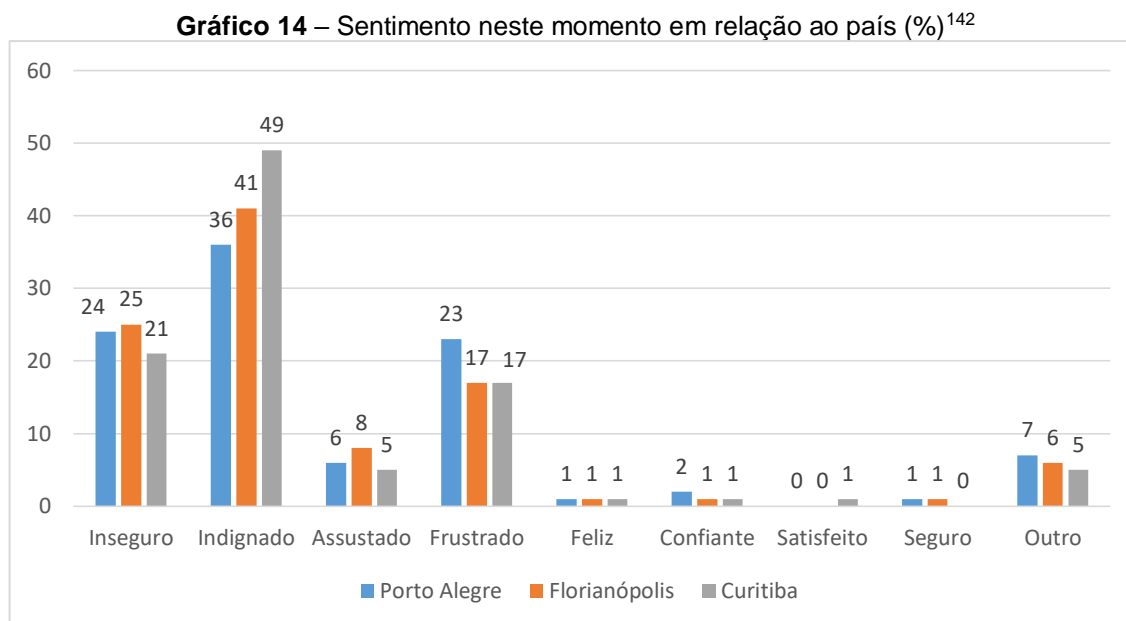
n POA = 690; n FLO = 571; n CUR= 774

Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Ao questionar os jovens sobre o partido com o qual mais se identificam, mostrou-se a eles uma lista dos partidos mais votados nos três Estados do Sul do país. Os dados indicam que os jovens majoritariamente não têm preferência partidária, não sabem ou preferem não responder, com média de 79% dos entrevistados (71% em Porto Alegre, 83% em Florianópolis e 83% em Curitiba). Ou seja, os jovens além de não se posicionarem entre esquerda e direita politicamente, também não possuem preferências partidárias. Isso confirma que a cultura política juvenil no Brasil, em especial no Sul do país, continua antipartidarista.

¹⁴¹ Questão do *survey*: Com relação aos partidos políticos listados abaixo, marque com um X com qual deles você mais se identifica?

Os Gráficos 14 e 15 identificam os sentimentos dos jovens em relação ao país e à política.



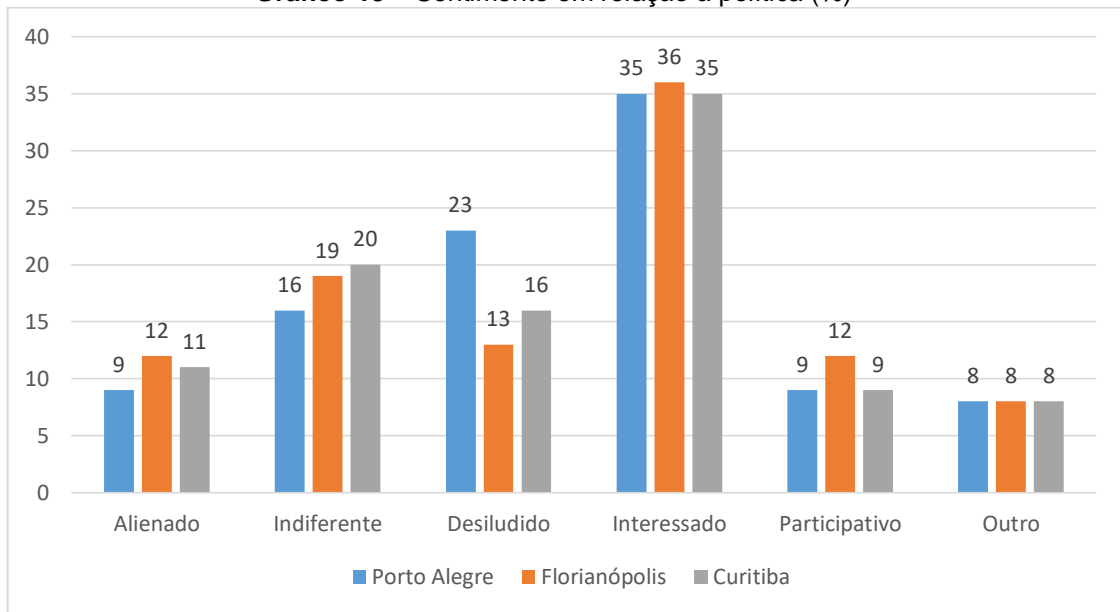
n POA = 673; n FLO = 561; n CUR= 768

Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

O Gráfico 14 revela que os jovens possuem mais sentimentos negativos em relação ao país, em média, 42% dos jovens se sentem mais indignados (36% em Porto Alegre, 41% em Florianópolis e 49% em Curitiba), 23% mais inseguros (24% em Porto Alegre, 25% em Florianópolis e 21% em Curitiba), 19% mais frustrados (23% em Porto Alegre, 17% em Florianópolis e 17% em Curitiba) e 6% mais assustados (6% em Porto Alegre, 8% em Florianópolis e 5% em Curitiba). Enquanto, apenas em média 1% dos jovens entrevistados possuem sentimentos positivos, como felicidade, confiança, satisfação e segurança, além de 6% terem outros tipos de sentimentos (7% em Porto Alegre, 6% em Florianópolis e 5% em Curitiba).

¹⁴² Questão do *survey*: Como você sabe existem várias coisas acontecendo no Brasil que faz com que existam sentimentos diferentes. Pensando nisso, qual é o sentimento que você tem nesse momento do país?

Gráfico 15 – Sentimento em relação à política (%)¹⁴³



n POA= 565; n FLO= 438; n CUR= 572
Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

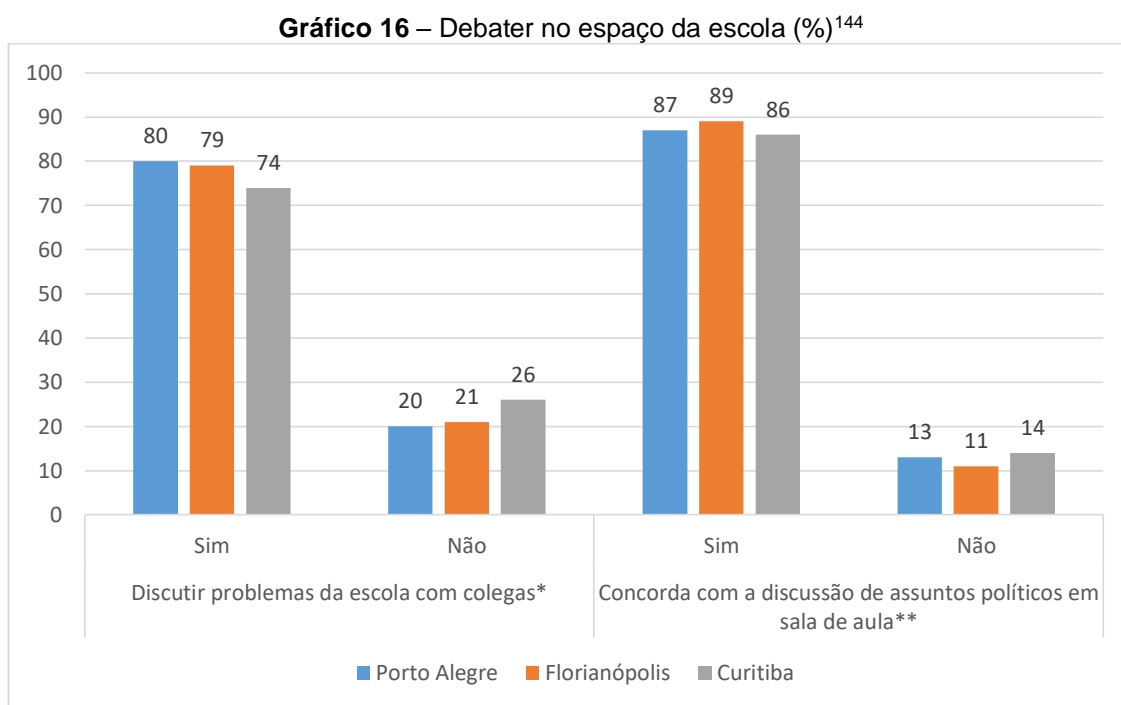
Conforme os dados do Gráfico 15, os jovens indicam possuir o sentimento de interesse em relação à política quando comparado aos demais sentimentos, com média de 35% dos entrevistados (35% em Porto Alegre, 36% em Florianópolis e 35% em Curitiba). No entanto, isso não indica uma mudança no tipo de cultura política hostil apresentada por eles, pois, conforme os dados longitudinais no Gráfico 11, os jovens mostram baixo interesse pela política. Além disso, também se percebe que ao dividir entre negativos (alienado, indiferente e desiludido) e positivos (interessado e participativo), em média os jovens possuem um pouco mais de sentimentos negativos (46%) do que positivos (45%). O que demonstra a hostilidade dos jovens em relação aos assuntos políticos.

O contexto político brasileiro desde 2013, marcado pelas manifestações políticas e pelo recente impeachment da presidenta Dilma, é uma variável significativa para explicar a predominância de sentimentos negativos em relação ao país e a política, por parte dos jovens. Tal contexto tem marcado os debates *online* e pautado

¹⁴³ Questão do *survey*: Como você se sente com relação à política?

as notícias nas redes sociais, o que propicia ao jovem informações sobre a situação atual do país.

Apesar destes sentimentos negativos, os jovens consideram importante debater sobre os problemas da escola e política, conforme o Gráfico 16.



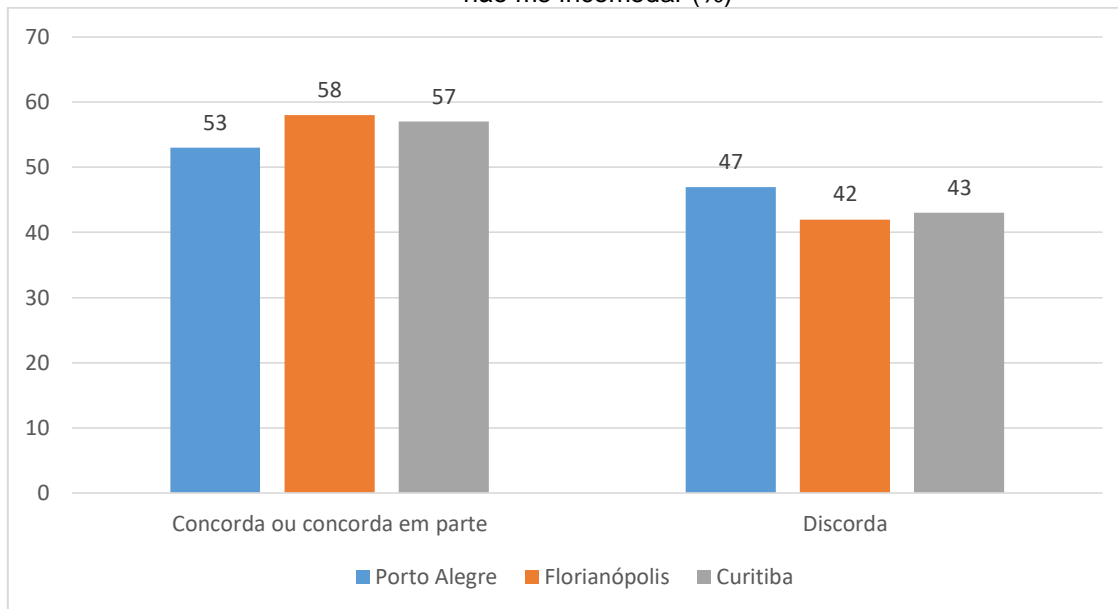
* n POA = 682; n FLO = 569; n CUR= 771/ ** n POA = 678; n FLO = 565; n CUR= 768
Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Os dados do Gráfico 16 apontam que em média 78% dos jovens entrevistados discutem problemas da escola com colegas (80% em Porto Alegre, 79% em Florianópolis e 74% em Curitiba) e 87% concordam com discussões políticas em sala de aula (87% em Porto Alegre, 89% em Florianópolis e 86% em Curitiba). Isto sugere que, apesar dos jovens não se interessarem pela política e possuírem, predominantemente, sentimentos negativos em relação ao país e à política, eles percebem a importância do debate, seja ele sobre assuntos escolares ou políticos, no

¹⁴⁴ Questões do *survey*: (1) Você costuma discutir os problemas de sua escola com seus colegas?; (2) Qual a sua opinião sobre a discussão de assuntos políticos em sala de aula?

espaço da escola. No entanto, de forma geral os jovens preferem não debater sobre assuntos políticos, conforme o Gráfico 17.

Gráfico 17 – Não gosto de discussões ou assuntos políticos, porque ninguém se entende e prefiro não me incomodar (%)¹⁴⁵



n POA= 664; n FLO= 549; n CUR= 751
Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

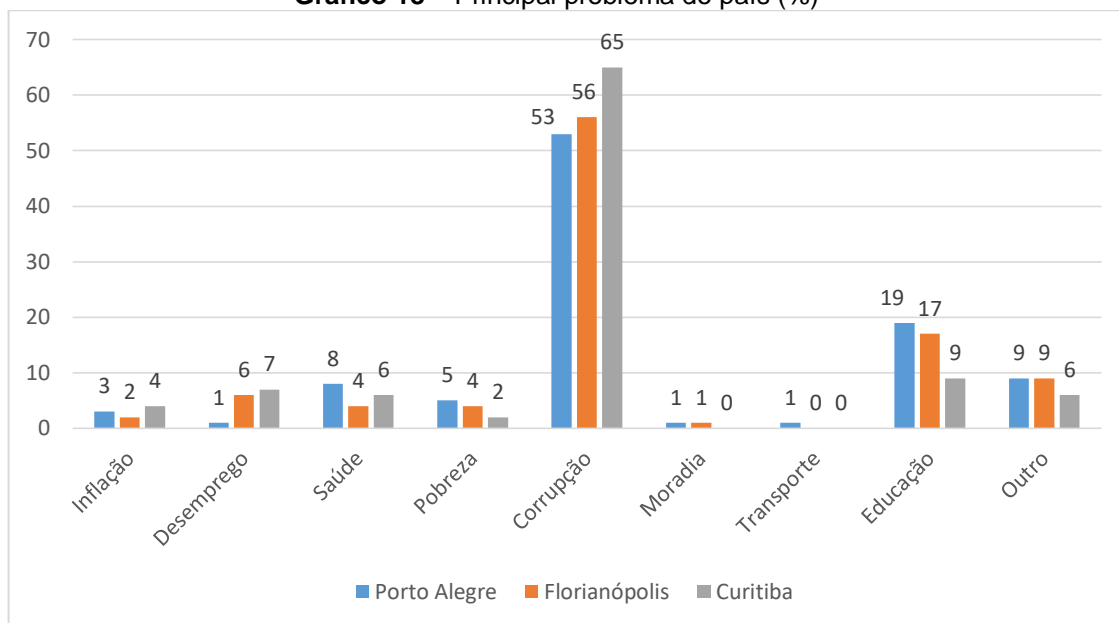
Em média 56% dos jovens entrevistados não gostam de discutir assuntos políticos (53% em Porto Alegre, 58% em Florianópolis e 57% em Curitiba), enquanto 44% gostam (47% em Porto Alegre, 42% em Florianópolis e 43% em Curitiba). Apesar de não ser uma diferença tão significativa, os dados vão ao encontro da literatura sobre cultura política e dos dados do Gráfico 11, pois indicam a apatia e o desinteresse político dos jovens brasileiros.

Nesse sentido, percebe-se que a cultura política juvenil não parece estar sendo impactada de forma positiva pela internet, visto que continua reproduzindo as mesmas atitudes e comportamentos das gerações passadas ao permanecer apática e

¹⁴⁵ Questão do *survey*: Atualmente se fala muito do que está acontecendo no país. Qual a sua opinião sobre a seguinte afirmação: Não gosto de discussões ou assuntos políticos, porque ninguém se entende e prefiro não me incomodar.

desinteressada com a política. Tais atitudes dos jovens influenciam na percepção que estes têm em relação à política, aos políticos e à corrupção. Tais variáveis são analisadas nos gráficos a seguir.

Gráfico 18 – Principal problema do país (%)¹⁴⁶



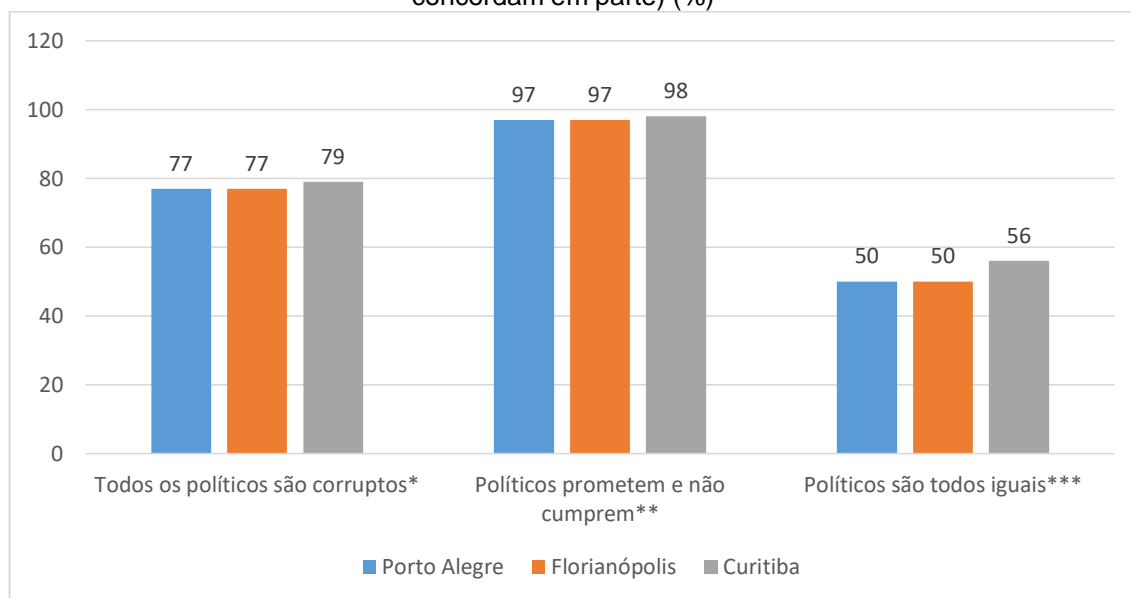
n POA= 651; n FLO= 531; n CUR= 734
 Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Os dados do Gráfico 18 indicam que os jovens consideram a corrupção como o principal problema do país, em média 58% (53% em Porto Alegre, 56% em Florianópolis e 65% em Curitiba). E em segundo lugar a educação, com média de 15% (19% em Porto Alegre, 17% em Florianópolis e 9% em Curitiba). Os resultados não são surpreendentes, pois a mídia de massa está pautando diariamente a corrupção política através dos escândalos de corrupção como Mensalão, Petrobrás e Lava Jato. Acompanha-se, com a ajuda da internet, em tempo real quais as ações que estão ocorrendo nestes processos. Além disso, parece ser senso comum de que política e políticos são sinônimos de corrupção, crença passada intergeracionalmente e, agora, reafirmada pela grande exposição dos escândalos de corrupção dos últimos governos.

¹⁴⁶ Questão do survey: Em sua opinião qual é o principal problema do país?

A corrupção na política naturalizou-se no imaginário popular, nas crenças de que é a política que corrompe o homem e não o homem que corrompe a política. É comum ouvir frases como “depois que entram para política tornam-se todos corruptos” ou “os partidos políticos são ladrões” nas conversas cotidianas no Brasil. Os dados do Gráfico 19 confirmam essa crença que os brasileiros possuem de que os políticos são corruptos.

Gráfico 19 – Percepção de que os políticos são corruptos (soma das respostas concordam e concordam em parte) (%)¹⁴⁷



*n POA= 670; n FLO= 559; n CUR= 761/ **n POA= 666; n FLO= 555; n CUR= 753/ ***n POA= 657; n FLO= 547; n CUR= 737

Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Confirma-se, pelos dados do Gráfico 19, a percepção de que os políticos são corruptos está presente na cultura política juvenil. Em média 78% dos jovens entrevistados no Sul do país concordam ou concordam em parte que todos os políticos são corruptos (77% em Porto Alegre, 77% em Florianópolis e 79% em Curitiba). Essa percepção é reforçada pela ideia de que os políticos prometem e não cumprem, visto

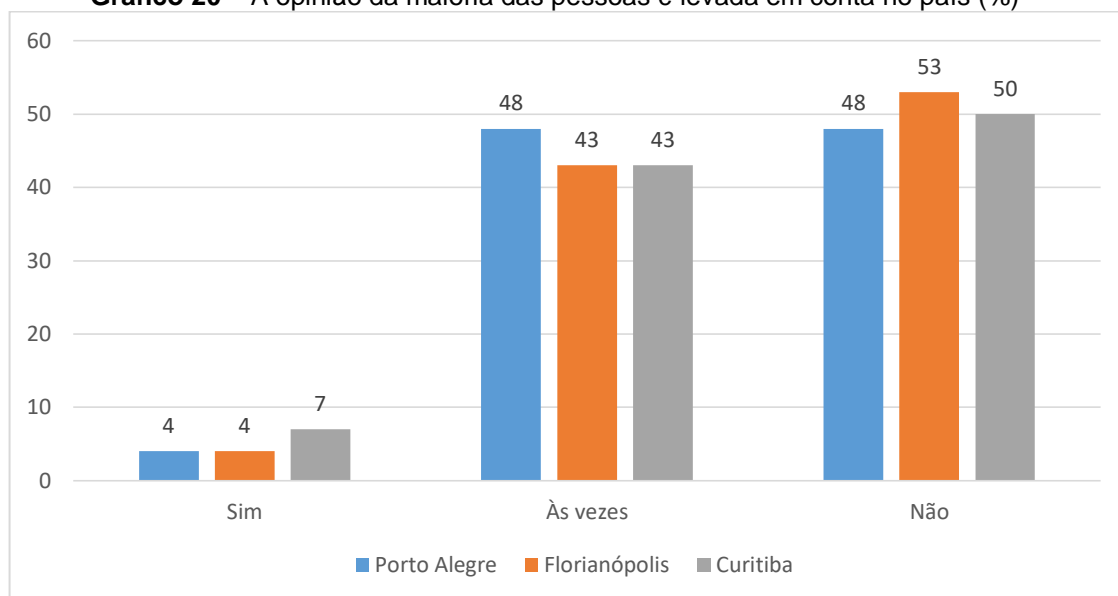
¹⁴⁷ Questões do *survey*: Atualmente se fala muito do que está acontecendo no país. Qual a sua opinião sobre as seguintes afirmações: (1) Todos os políticos são corruptos; (2) Os políticos prometem, depois não cumprem; (3) Políticos são todos iguais.

que em média 97% dos entrevistados concordam ou concordam em parte com esta afirmação (97% em Porto Alegre, 97% em Florianópolis e 98% em Curitiba). Além disso, em média 52% dos jovens concordam ou concordam em parte que os políticos brasileiros são todos iguais (50% em Porto Alegre, 50% em Florianópolis e 56% em Curitiba).

Essa percepção de que os políticos são corruptos também é consequência, em parte, das coberturas jornalísticas dos meios de comunicação e da proliferação em tempo real das notícias na internet. Tal percepção explica a falta de interesse pela política por parte dos jovens, em especial sobre os partidos políticos. No momento em que o jovem percebe a política de seu país marcada pela corrupção, este não confia e passa a ter menos interesse ainda por tais assuntos.

O advento da internet gerou expectativas no sentido de aumentar o interesse dos jovens no campo político, proporcionando mais contato com a política e mais espaço de participação. No entanto, apesar de ser um agente socializador, a internet, no caso brasileiro, não parece estar mudando significativamente a cultura política brasileira juvenil. Os jovens continuam apáticos, incrédulos e com a percepção de que a política é um campo marcado pela corrupção. O Gráfico 20 apresenta os dados sobre a percepção dos jovens em relação à opinião da população ser considerada no país.

Gráfico 20 – A opinião da maioria das pessoas é levada em conta no país (%)¹⁴⁸



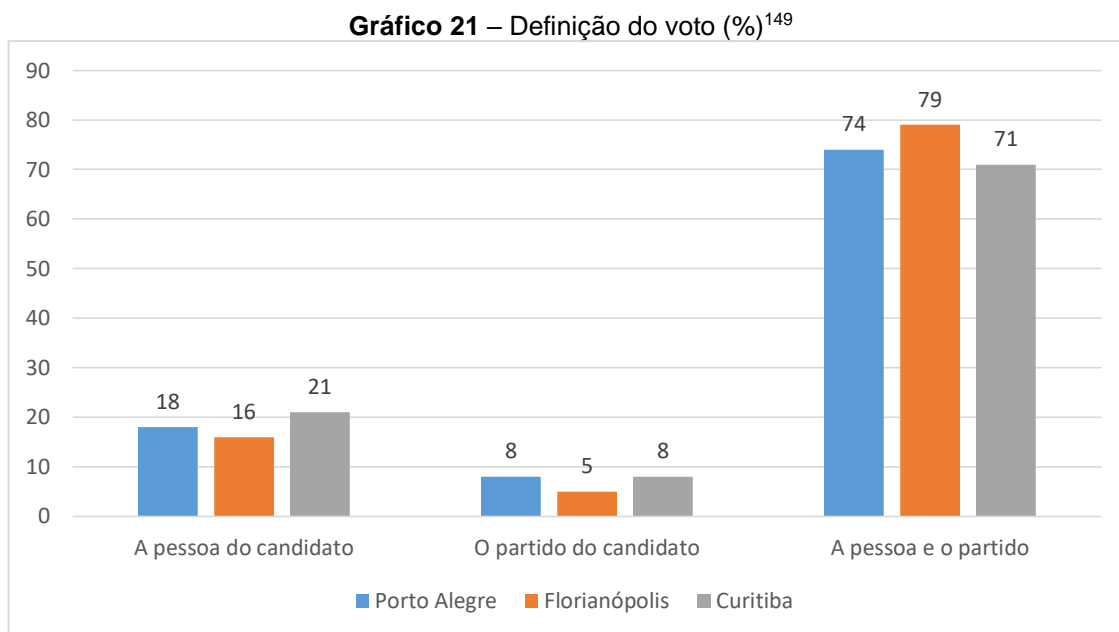
n POA= 652; n FLO= 518; n CUR= 701
Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Os dados do Gráfico 20 apontam para uma divisão na percepção dos jovens sobre a opinião das pessoas serem levadas em conta no país, pois, em média, a metade dos entrevistados acredita que não são consideradas (48% em Porto Alegre, 53% em Florianópolis e 50% em Curitiba), enquanto a outra metade acredita que as opiniões são consideradas sempre e às vezes (52% em Porto Alegre, 47% em Florianópolis e 50% em Curitiba).

Esta divisão pode estar ocorrendo justamente pela sensação que a internet proporciona de espaço e visibilidade, assim os jovens podem perceber que as opiniões das pessoas são consideradas, visto que há este canal de comunicação que aproxima, ao menos virtualmente, o representante dos representados. No entanto, a sensação de que as diversas necessidades do país, sejam econômicas ou sociais, não são atendidas pela política, e que está é corrupta, inibe a sensação de espaço e visibilidade proporcionada pela internet, contribuindo para a percepção de que os políticos não levam em conta a opinião da população. Essa situação leva as pessoas,

¹⁴⁸ Questão do *survey*: Você acha que a opinião da maioria das pessoas é levada em conta no nosso país?

cada vez mais, a votarem em pessoas e não em instituições políticas (partidos), conforme os dados do Gráfico 21.



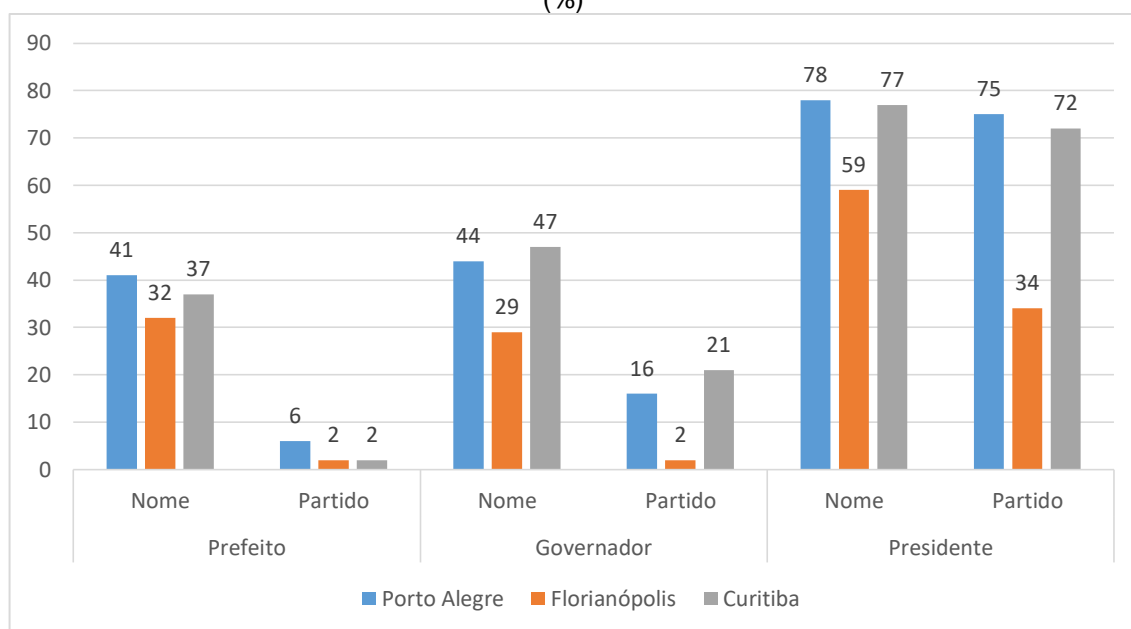
n POA= 668; n FLO= 554; n CUR= 754
Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

O Gráfico 21 apresenta os dados sobre como os jovens definem o seu voto, percebe-se que a maioria se define pela pessoa e pelo partido, com média de 75% dos entrevistados (74% em Porto Alegre, 79% em Florianópolis e 71% em Curitiba). No entanto, quando analisada as duas outras respostas, os dados mostram que os jovens definem o voto pela pessoa do candidato, com média de 18% (18% em Porto Alegre, 16% em Florianópolis e 21% em Curitiba), do que pelo partido político do candidato, com média de 7% (8% em Porto Alegre, 5% em Florianópolis e 8% em Curitiba). Ou seja, há um distanciamento dos jovens com os partidos políticos e suas ideologias, que dá espaço para um voto personalista.

¹⁴⁹ Questão do survey: Ao definir o seu voto, o que leva em conta?

O desinteresse pela política e o distanciamento dos partidos políticos se refletem também na falta de conhecimento político dos jovens, como se percebe no Gráfico 22.

Gráfico 22 – Jovens que acertaram o nome e partido do executivo municipal, estadual e federal (%)¹⁵⁰



n POA= 690; n FLO= 571; n CUR= 774
 Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Pelos dados apresentados no Gráfico 22 os jovens tendem a ter mais conhecimento da esfera federal, acertando em média 71% o nome do presidente (78% em Porto Alegre, 59% em Florianópolis e 77% em Curitiba) e 60% o partido do presidente (75% em Porto Alegre, 34% em Florianópolis e 72% em Curitiba). A queda nas porcentagens de Florianópolis deve-se pelo fato da pesquisa ter sido realizada logo após a aprovação pela Câmara de Deputados do afastamento da presidenta Dilma, visto que os pesquisadores relataram que muitos alunos perguntavam se deviam colocar o nome da presidenta eleita ou do presidente interino.

¹⁵⁰ Questões do *survey*: Você sabe o nome e o partido do: (1) Prefeito; (2) Governador; (3) Presidente.

Contrário aos dados relativos à esfera federal, os jovens demonstraram pouco conhecimento sobre o nome e partido dos executivos municipal e estadual. Em média 37% acertaram o nome do prefeito (41% em Porto Alegre, 32% em Florianópolis e 37% em Curitiba) e 40% o nome do governador (44% em Porto Alegre, 29% em Florianópolis e 47% em Curitiba). Em relação ao partido as médias são muito baixas, 3% acertaram o partido do prefeito (6% em Porto Alegre, 2% em Florianópolis e 2% em Curitiba) e 13% o partido do governador (16% em Porto Alegre, 2% em Florianópolis e 21% em Curitiba).

Os dados analisados nesta seção revelam que na cultura política juvenil no Brasil persistem traços característicos da cultura política das gerações anteriores. Os jovens entrevistados no Sul do país possuem pouco interesse político, não possuem posicionamento político e partidário, possuem mais sentimentos negativos do que positivos em relação ao país e à política, apesar de concordarem com a importância de debates sobre os problemas escolares e sobre política no ambiente escolar eles tendem a não gostarem de discutir assuntos políticos, possuem a percepção de que a política e os políticos são corruptos, consideram que a opinião da maioria das pessoas não é levada em conta no país, são personalistas no momento de definirem o voto e possuem baixo conhecimento sobre política, no sentido dos nomes e partidos do prefeito, governador e presidente.

Mesmo com o advento da internet, os jovens continuam a mostrar atitudes e comportamentos internalizados através dos agentes tradicionais. Estes dados, contrariam, no caso brasileiro, a proposta de Dalton e Welzel (2014a e 2014b) de que, até mesmo em países em processo de construção democrática, estaria acontecendo uma mudança de cultura política leal e submissa para uma cultura assertiva. Mesmo assim não se pode negar que em determinados grupos essa mudança possa estar ocorrendo, grupos de classes econômicas mais altas e com acesso à educação de qualidade que corrobora com o empoderamento do indivíduo. Como visto no capítulo anterior, jovens de classes mais altas utilizam a internet como ferramenta de informação e criação de redes (PUTNAM, 2015), podendo assim também estarem se tornando mais assertivos. No entanto, com este trabalho, ao analisar os jovens de

forma geral não se concorda com a proposta de Dalton e Welzel (2014a e 2014b), pois os jovens permanecem apáticos e desinteressados pela política.

4.4.1.1 Os efeitos do uso da internet na apatia e no desinteresse políticos dos jovens do Sul do Brasil

Os dados até aqui examinados apontam que a cultura política juvenil no Brasil não sofreu grandes transformações nos últimos anos, mesmo em um contexto de novas tecnologias de informação e comunicação. Passa-se agora a testar a segunda hipótese apresentada nesta tese de que quanto maior o uso da internet maior a apatia e o desinteresse políticos nos jovens estudantes no Sul do Brasil. Para isso, as tabelas a seguir apresentam os cruzamentos entre o tempo de uso da internet e as seguintes variáveis: interesse por política, não gosta de discussões ou assuntos políticos, definição do voto e a opinião da maioria das pessoas é levada em conta no país.

Tabela 6 – Tempo de uso da internet x cultura política

Interesse por política^{*1}										
	Porto Alegre			Florianópolis			Curitiba			Total
	M¹⁵¹	P¹⁵²	N¹⁵³	M	P	N	M	P	N	100
Até 3h	25	55	20	28	49	23	18	62	19	100
De 3h a 5h	25	60	15	38	52	10	22	61	17	100
Mais de 5h	22	62	16	22	60	18	16	66	19	100
Não gosta de discussões ou assuntos políticos, porque ninguém se entende e prefiro não me incomodar^{*2}										
	D¹⁵⁴	CP¹⁵⁵	C¹⁵⁶	D	CP	C	D	CP	C	Total
Até 3h	49	24	27	46	27	27	44	26	30	100
De 3h a 5h	54	26	21	49	24	27	49	28	23	100
Mais de 5h	45	28	27	40	25	35	41	27	32	100
Ao definir o seu voto, o que leva em conta^{*3}										
	Pa¹⁵⁷	Pe+Pa¹⁵⁸	Pe¹⁵⁹	Pa	Pe + Pa	Pe	Pa	Pe + Pa	Pe	Total
Até 3h	8	71	21	5	77	18	9	67	23	100
De 3h a 5h	8	79	12	5	81	14	10	72	18	100
Mais de 5h	7	75	18	5	79	16	7	73	21	100
A opinião da maioria das pessoas é levada em conta no país^{*4}										
	S¹⁶⁰	AV¹⁶¹	N¹⁶²	S	AV	N	S	AV	N	Total
Até 3h	6	45	49	6	45	49	7	43	50	100
De 3h a 5h	3	47	50	4	43	53	8	41	51	100
Mais de 5h	3	51	46	4	42	54	6	43	51	100

*1 n POA = 672; n FLO = 544; n CUR = 717/ r POA = 0,529; r FLO = 0,010; n CUR = 0,410

*2 n POA = 664; n FLO = 537; n CUR = 733/ r POA = 0,444; r FLO = 0,307; n CUR = 0,762

*3 n POA = 668; n FLO = 543; n CUR = 756/ r POA = 0,475; r FLO = 0,977; n CUR = 0,544

*4 n POA = 652; n FLO = 508; n CUR = 685/ r POA = 0,293; r FLO = 0,804; n CUR = 0,940

Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Os dados da Tabela 6 não indicam que os jovens que passam mais tempo na internet são mais desinteressados e apáticos em relação à política, pois as

¹⁵¹ Muito.

¹⁵² Pouco.

¹⁵³ Nenhum.

¹⁵⁴ Discordo.

¹⁵⁵ Concordo em parte.

¹⁵⁶ Concordo.

¹⁵⁷ Partido do candidato.

¹⁵⁸ Pessoa do candidato e o partido do candidato.

¹⁵⁹ Pessoa do candidato..

¹⁶⁰ Sim.

¹⁶¹ Às vezes.

¹⁶² Não.

frequências se distribuem de forma muito similar entre o tempo de uso. Além disso, os testes de Qui-quadrado apresentam significância apenas no interesse por política na cidade de Porto Alegre. Não se pode afirmar, portanto, que há um efeito causal entre o tempo de uso da internet e as variáveis de cultura política.

Apesar da literatura apresentar uma visão mais otimista sobre os efeitos do uso da internet na constituição de uma cultura política mais democrática, as frequências apresentadas apontam para uma manutenção da cultura política das gerações anteriores nos jovens do Sul do Brasil, bem como os cruzamentos e o teste do Qui-quadrado não apresentam associações significativas com o tempo de uso da internet, não confirmando assim a hipótese desta tese de que quanto maior o uso da internet maior o desinteresse e a apatia políticos dos jovens.

Para complementar tais análises, também são analisadas variáveis individuais e de socialização política para verificar a variação da relevância dessas variáveis na apatia e no desinteresse políticos dos jovens, através da regressão linear. As variáveis individuais compreendem idade e renda. As variáveis de socialização são frequência de conversa com pais, familiares, amigos, lista de contatos das redes sociais, colegas de escola e professores, quantas horas do dia assiste TV, ouve rádio, conecta-se a internet e dias da semana que lê jornal e revista, além das motivações de uso da TV, do Rádio, da internet e do jornal e revista. O Quadro 2 apresenta as codificações das variáveis independentes e das dependentes.

Quadro 2 – Variáveis individuais, de socialização e de cultura política

Variáveis Independentes	Codificação
Idade	0,00 = 13 a 15 0,33 = 16 a 18 0,66 = 19 a 21 1,00 = 22 a 24
Renda	0,00 = Até um salário mínimo 0,33 = De 1 a 2 salários mínimos 0,66 = De 3 a 4 salários mínimos 1,00 = Mais de 5 salários mínimos
Conversa sobre assuntos políticos com: pais, familiares, amigos, lista de contatos das redes sociais, colegas da escola e professores	0,00 = Nunca 0,33 = Raramente 0,66 = Às vezes 1,00 = Frequentemente
Horas por dia: assistindo TV, ouvindo rádio e conectado na internet	0,00 = Até 3 horas 0,50 = De 3 horas a 5 horas 1,00 = Mais de 5 horas
Dias por semana lendo jornal impresso/revista	0,00 = Menos de um dia 0,33 = 2 a 3 dias 0,66 = 4 a 5 dias 1,00 = 6 a 7 dias
Motivação de uso da TV, do rádio, da internet e do jornal impresso/revista	0,00 = Entretenimento 0,50 = Ambos 1,00 = Informação
Considera que a opinião da maioria das pessoas é levada em conta no país	0,00 = Não 0,50 = Às vezes 1,00 = Sim
Variáveis Dependentes	Codificação
Interesse por política	0,00 = Nenhum interesse 0,50 = Pouco 1,00 = Muito
Gosta de assuntos políticos	0,00 = Concorda 0,50 = Concorda em parte 1,00 = Discorda
Define o voto pelo partido do candidato	0,00 = Pessoa do candidato 0,50 = Pessoa e partido do candidato 1,00 = Partido do candidato
Considera que a opinião da maioria das pessoas é levada em conta no país	0,00 = Não 0,50 = Às vezes 1,00 = Sim

Fonte: Elaborado pela autora.

Em relação as variáveis individuais inerentes aos jovens, a média de idade dos jovens entrevistados é de 16 anos, em média 49% declarou ter uma renda familiar superior a 5 salários mínimos e em média 75% acha que seu futuro será melhor que de seus pais. Nas variáveis de socialização, identifica-se que, conforme o Gráfico 4, em média 65% conversam com os professores sobre assuntos políticos, 64% com os pais, 48% com os amigos, 47% com os colegas da escola, 425 com os familiares e

17% com a lista de contatos das redes sociais e, conforme o Gráfico 1, em média os jovens assistem três horas por dia a TV, ouvem uma hora de rádio, conectam-se nove horas na internet e leem jornal impresso/revista 1 dia por semana. Em média, conforme o Gráfico 8, 12% dos jovens buscam informação ao assistirem TV, 32% ao ouvirem o rádio, 9% ao conectarem-se a internet e 59% ao lerem jornal impresso/revista. Pelas variáveis dependentes de cultura política, percebe-se que, em média, apenas 22% dos jovens tem muito interesse na política, conforme o Gráfico 11, e 56% concordam e concordam em parte que não gostam de discutir assuntos políticos, conforme o Gráfico 17. Em relação à definição do voto, conforme os dados do Gráfico 21, 75% definem pela pessoa e o partido do candidato, 18% pela pessoa do candidato e 7% pelo partido do candidato. Além disso, conforme o gráfico 20, em média 50% considera que a opinião da maioria das pessoas não é levada em conta no país.

As Tabelas 7, 8, 9 e 10 apresentam os dados das regressões lineares feitas entre essas variáveis independentes e de cultura política.

Tabela 7 – Variáveis individuais e de socialização política em relação ao interesse por política

	POA	FLO	CUR
Idade	,059	-,007	,088
Renda	,199*	,122	,086
Conversa sobre assuntos políticos com pais	,307*	,349*	,157*
Conversa sobre assuntos políticos com familiares	,049	,041	,125
Conversa sobre assuntos políticos com amigos	,173*	,099	,007
Conversa sobre assuntos políticos com lista de contatos das redes sociais	,168*	-,074	,176*
Conversa sobre assuntos políticos com colegas de escola	,120	-,052	,045
Conversa sobre assuntos políticos com professores	,028	,164*	,096
Horas por dia: assistindo TV	-,050	-,125	,007
Horas por dia ouvindo rádio	-,046	,009	-,028
Horas por dia conectado na internet	-,023	-,079	-,017
Dias por semana lendo jornal impresso/revista	,042	,121	,215*
Motivação de uso da TV	-,072	-,022	,017
Motivação de uso do rádio	,018	-,057	-,015
Motivação de uso da internet	,040	,046	,105
Motivação de uso do jornal impresso/revista	,029	,091	,087

* sig ≤ 0,05

Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Conforme a Tabela 7, as correlações das variáveis individuais e de socialização política com o interesse por política são fracas ou nulas, apresentando poucas com significado estatístico (,307, ,359 e ,157, em conversa sobre assuntos políticos com pais, nas três cidades, respectivamente; ,199, renda em Porto Alegre; ,173, conversa sobre assuntos políticos com os amigos em Porto Alegre; ,168 e , -,176, conversa sobre assuntos políticos com os contatos das redes sociais em Porto Alegre e Curitiba, respectivamente; ,164, conversa sobre assuntos políticos com professores em Florianópolis; ,215, dias da semana que lê jornal/revista em Curitiba). A correlação significativa e positiva da renda com o interesse por política indica que os jovens com maiores rendas familiares possuem maior interesse por política. O que corrobora com as pesquisas de Lijphart (2011) e Verba, Schlozman e Brady (1995), de que os cidadãos com menor renda seriam menos propensos a participar politicamente. Esta variável relacionada à estrutura social do jovem possui uma relação de causa e efeito

com os níveis de interesse político apresentados anteriormente, pois em um país com grande desigualdade social e econômica, como é o caso do Brasil, não tem se conseguido estimular nos cidadãos o interesse pela política.

Os agentes pais, amigos, lista de contatos das redes sociais e professores, também apresentam correlação significativa com o interesse por política. Indicando que a socialização política dos agentes tradicionais, principalmente dos pais, amigos e professores, de fato é um processo importante de internalização de valores intergeracionais, visto que o baixo interesse por política é um traço da cultura política brasileira. E entre os meios de comunicação, que também são agentes socializadores, o jornal impresso/revista apresentam interdependência com o interesse por política. Sendo o jornal uma das mídias mais tradicionais e que não atinge grande parte da população, devido ao alto custo financeiro e a exigência de sofisticação política (diferente da TV e do rádio, que o indivíduo não precisa parar suas atividades e não precisa saber ler para se informar), pode-se afirmar que essa correlação também é uma influência das condições sociais e econômicas dos jovens. Ou seja, jovens de famílias com maior renda possuem mais acesso a essa mídia, por consequência podem apresentar maior interesse por política.

Tabela 8 – Variáveis individuais e de socialização política em relação a gostar de discussões sobre assuntos políticos

	POA	FLO	CUR
Idade	,011	-,018	,009
Renda	,199*	,126	,178*
Conversa sobre assuntos políticos com pais	,247*	,137	,200*
Conversa sobre assuntos políticos com familiares	,045	-,004	,114
Conversa sobre assuntos políticos com amigos	,180*	,073	,049
Conversa sobre assuntos políticos com lista de contatos das redes sociais	,081	-,123	,194*
Conversa sobre assuntos políticos com colegas de escola	-,136	-,003	,032
Conversa sobre assuntos políticos com professores	,160*	,087	,118
Horas por dia: assistindo TV	-,009	,012	,014
Horas por dia ouvindo rádio	-,053	,020	-,075
Horas por dia conectado na internet	,010	-,101	-,053
Dias por semana lendo jornal impresso/revista	,082	,164	,084
Motivação de uso da TV	,081	-,107	-,038
Motivação de uso do rádio	,062	-,071	-,014
Motivação de uso da internet	,069	,101	,068
Motivação de uso do jornal impresso/revista	,060	,010	,059

* sig ≤ 0,05

Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Percebem-se resultados similares em relação à variável gostar de discutir assuntos políticos, visto que as correlações são fracas ou nulas, apresentando significância estatística com cinco variáveis (,199 e ,178, renda em Porto Alegre e Curitiba; ,247 e ,200, conversa sobre assuntos políticos com os pais em Porto Alegre e Curitiba; ,180, conversa sobre assuntos políticos com os amigos em Porto Alegre; -,194, conversa sobre assuntos políticos com a lista de contatos das redes sociais em Curitiba; ,160, conversa sobre assuntos políticos com os professores em Porto Alegre).

Assim como interesse por política, a variável discutir assuntos políticos está significativamente correlacionada com a renda e com os agentes pais, amigos, lista de contatos das redes sociais e professores. O que corrobora ainda mais que muitos traços da cultura política brasileira vem se mantendo nas novas gerações,

principalmente a apatia política. Porém, diferente da hipótese de que a internet estaria relacionada com isso, os dados das Tabelas 7 e 8 apontam que a variável individual renda, relacionada a estrutura social do jovem, e as variáveis de socialização política, relacionadas aos agentes tradicionais é que explicam melhor a manutenção da cultura política hostil entre os jovens.

Tabela 9 – Variáveis individuais e de socialização política em relação definição do voto

	POA	FLO	CUR
Idade	,074	,072	,015
Renda	-,006	-,104	-,094
Conversa sobre assuntos políticos com pais	-,062	-,003	,022
Conversa sobre assuntos políticos com familiares	,066	,039	,004
Conversa sobre assuntos políticos com amigos	-,068	-,058	-,039
Conversa sobre assuntos políticos com lista de contatos das redes sociais	-,020	,028	-,001
Conversa sobre assuntos políticos com colegas de escola	,069	,075	,009
Conversa sobre assuntos políticos com professores	-,051	-,087	,069
Horas por dia: assistindo TV	-,049	,037	,042
Horas por dia ouvindo rádio	,134	,105	,069
Horas por dia conectado na internet	-,002	-,037	,038
Dias por semana lendo jornal impresso/revista	-,062	-,092	,086
Motivação de uso da TV	-,080	,035	,087
Motivação de uso do rádio	,014	-,032	,105
Motivação de uso da internet	,032	,114	-,017
Motivação de uso do jornal impresso/revista	,006	,080	,007

* sig ≤ 0,05

Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

O personalismo é uma das características da cultura política brasileira, também presente na cultura política juvenil. Conforme os dados da Tabela 9, percebe-se que tal característica não está correlacionada com as variáveis individuais e de socialização política. A definição do voto ser definida mais pela pessoa do candidato do que pelo partido político é um valor transmitido de geração para geração, muito

mais relacionada com os fatores históricos do país do que pelas variáveis individuais e de socialização política do país.

Tabela 10 – Variáveis individuais e de socialização política em relação a considerar que a opinião da maioria das pessoas é levada em conta no país

	POA	FLO	CUR
Idade	-,059	-,042	,117
Renda	-,078	,115	,041
Conversa sobre assuntos políticos com pais	-,034	,033	,084
Conversa sobre assuntos políticos com familiares	,060	-,015	-,165*
Conversa sobre assuntos políticos com amigos	-,016	-,042	-,076
Conversa sobre assuntos políticos com lista de contatos das redes sociais	-,026	-,040	-,046
Conversa sobre assuntos políticos com colegas de escola	,142	,087	,006
Conversa sobre assuntos políticos com professores	-,104	-,115	,106
Horas por dia: assistindo TV	,031	-,009	,145
Horas por dia ouvindo rádio	-,024	-,021	,175*
Horas por dia conectado na internet	,006	-,026	,031
Dias por semana lendo jornal impresso/revista	-,008	-,043	,053
Motivação de uso da TV	,041	,148	,034
Motivação de uso do rádio	-,039	-,079	,085
Motivação de uso da internet	-,076	-,070	,016
Motivação de uso do jornal impresso/revista	,115	-,011	,037

* sig ≤ 0,05

Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Considerar que a opinião da maioria das pessoas é levada em conta no país não apresenta correlações moderadas ou fortes com as variáveis independentes analisadas, além disso os resultados significantes são apenas em duas variáveis (-,165, conversa sobre assuntos políticos com familiares em Curitiba; ,175 horas por dia ouvindo rádio em Curitiba). A correlação significativa e negativa com familiares indica que os jovens que conversam raramente ou nunca com seus familiares são os que não consideram que a opinião da maioria das pessoas é levada em conta no país. Apesar de não se ter correlações significativas com os demais agentes socializadores, pode-se compreender que a socialização política tradicional vem transmitindo os

mesmos valores das gerações anteriores. E dos meios de comunicação, o rádio está influenciando nesta variável dependente, indicando que os jovens que ouvem rádio por mais tempo acreditam que a opinião das pessoas é levada em conta. Isso deve-se muito pela própria estrutura destes meios de comunicação, que em muitas de suas programações a participação da sociedade é o elemento central.

E com isso, a auto-socialização dos jovens através da internet, além de não estar sendo capaz de alterar a cultura política, de fato não apresenta interdependência com as variáveis de interesse e apatia política. Por isso, é possível afirmar que a apatia e o desinteresse por política são transmitidos através das gerações, visto que apresentam dados similares com as gerações anteriores, porém também são condicionados pelos fatores históricos, sociais e econômicos do Brasil.

Estes resultados revelam que no Brasil, um país em processo de desenvolvimento econômico e construção da democracia, a internet ainda não se mostra capaz de alterar a cultura política existente na sociedade, menos ainda colaborar para a constituição de uma cultura política mais democrática. A internet atua mais como um instrumento de manutenção da cultura política brasileira do que como um instrumento de transformação desta, que foi constituída com influência das variáveis históricas, sociais, políticas e econômicas.

4.4.2 Polarização de opiniões políticas

No que se refere a polarização de opiniões políticas, nesta tese concorda-se com o argumento de Yang *et al.* (2016) de que a polarização percebida e a afetiva se complementam, no entanto, medir a polarização afetiva é mais complexo, pois parte-se do pressuposto de que o indivíduo já tenha reconhecido seu sentimento em relação aos grupos políticos ou sociais com posições e preferências diferentes das suas. Com isso, a análise de conteúdo das entrevistas em profundidade realizadas com os jovens busca captar a polarização percebida das emissões de conteúdo político, tanto da polarização das atitudes (PRIOR, 2013) quanto da polarização em nível agregado (HETHERINGTON e ROUSH, 2013).

4.4.2.1 Polarização de atitudes

A polarização das atitudes ou o reforço de pontos de vista individuais, identificada por Prior (2013), é um fenômeno individual relacionado com as atitudes que se movem para uma posição mais extrema, seja social ou política. Os jovens presenciam diariamente atitudes que se opõem, seja na escola, em casa ou na internet, visto que é normal os indivíduos divergirem suas opiniões entre si. No entanto, a polarização das atitudes é quando acontece um movimento dessas opiniões para posições mais extremas, gerando uma separação entre os indivíduos, não sendo possível, normalmente, o diálogo entre os extremos.

A partir das 31 entrevistas em profundidade realizadas com jovens de escolas públicas e privadas da Região Metropolitana de Porto Alegre, entre 15 e 24 anos, é possível identificar a percepção da polarização das atitudes nas respostas. Isto permitiu a categorização de frases que indicavam a percepção da polarização de atitudes em percepção no geral, percepção de preconceitos e percepção na política, conforme o Quadro 3.

Quadro 3 – Percepção da polarização de atitudes

Categorias	Frases
Percepção no geral	O jovem para mim segue o sistema de manada, quando um vai todos vão atrás, ou são muito extremistas ou são muito passivos.
	É difícil encontrar alguém sendo meio termo, realmente ou a pessoa critica ou elogia.
	O problema é, não digo o problema, mas o negócio de cada um é achar uma coisa. O que é bom ter essa diferença, só que o problema disso é quando a pessoa não consegue entender a opinião do outro e ficam duas opiniões opostas que não concordam nunca.
	Hoje em dia é muito fácil tu reunir um grupo em prol de alguma coisa, aí reúnem outro grupo que é em prol de outra coisa, assim nas redes sociais ficam grupos contra grupos.
Percepção de preconceitos	As pessoas se opõem ao homossexualismo e ao feminismo e pensam que uma <i>lampadada</i> na cabeça vai curar isso, isso gera muita discussão entre quem é preconceituoso e quem não é.
Percepção na política	Que nem tem muitas pessoas apoiando, tem muitas pessoas não apoiando a Dilma
	No facebook aparece bastante foto da Dilma, e tem vários comentários de gente que é contra e gente que é a favor.
	Eu tenho uma pessoa no facebook que fala demais da Dilma, que odeia a Dilma ou odeia todos os governos atuais, Sartori. Enquanto outros estão apoiando, então é bem dividido no facebook e na internet.
	Em algumas postagens de políticos o pessoal compartilha criticando aquela postagem. Quase sempre é isso. Criticando o que quer que o cara esteja falando ali. O cara vai lá e diz que dois mais dois é quatro. E o outro vai lá e comenta que não. Agora virou moda contrariar e ficar sempre tendo duas opiniões diferentes sobre político.

Fonte: NUPESAL, 2015.

Através da análise de conteúdo das entrevistas foi possível dividir em três categorias as frases que expressavam a percepção dos jovens em relação à categoria polarização de atitudes: percepção no geral, percepção sobre preconceitos e percepção sobre política. A percepção no geral agregou frases que identificam a existência de opiniões contrárias, em alguns casos até extremas, sem um tema específico. Essa percepção do jovem é essencial para evidenciar que existe na internet uma polarização das opiniões, independente do assunto, a internet parece dividir as pessoas ao invés de uni-las, pois “a pessoa critica ou elogia” ficando, assim, “duas opiniões opostas que não concordam nunca” ou “grupos contra grupos”.

Claramente, esta polarização acontece em torno de determinados assuntos, no caso do conteúdo das entrevistas identificou-se sobre homossexualismo e feminismo, compreendido como percepção de preconceitos, e política, como percepção da política. A percepção de preconceitos, apesar de ter sido citada uma vez nas

entrevistas com jovens, é percebida diariamente nas redes sociais através de ataques contra grupos minoritários (de gênero, de raça, de classe social, entre outros grupos). A internet parece estar possibilitando uma disseminação de preconceitos e os jovens percebem isso, em uma das entrevistas isso fica evidente com o trecho “tem muito site racista e intolerância, o caso da Maju¹⁶³” (NUPESAL, 2015).

A polarização de opiniões políticas fica mais evidente na internet, provavelmente pelo contexto político atual do Brasil, com opiniões a favor e contra a presidenta eleita Dilma Rousseff. Além disso, também existem opiniões contrárias sobre postagens de políticos em geral. É necessário destacar que os jovens percebem essa polarização e concluem que “virou moda contrariar”, no sentido que as pessoas necessitam divergir suas opiniões sobre qualquer assunto.

Essas percepções são em nível individual, visto que as frases não apresentam ligação direta com opiniões de partidos políticos ou movimentos sociais. Claro, que existe uma linha tênue entre essas percepções, visto que em muitos casos as opiniões foram formadas através dessas instituições, porém nas frases do Quadro 3 não está explícita esta ligação. Tais frases fortalecem a ideia de que a internet é um palco de polarização de opiniões e que isto está sendo percebido pelos jovens.

4.4.2.2 Polarização em nível agregado

A polarização em nível agregado, identificada por Hetherington e Roush (2013), é um fenômeno coletivo, seja de partidos políticos ou movimentos sociais, que aumenta a distância entre partidários com preferências políticas opostas que se aglomeram em polos ideológicos. O Quadro 4 apresenta as frases dos jovens entrevistados que indicam a percepções da polarização em nível agregado dos jovens no Sul do país, divididas em quatro categorias: percepção de preconceitos, percepção de partidos, percepção entre direita e esquerda e percepção do antipartidarismo.

¹⁶³ Maju é o apelido de Maria Júlia, a apresentadora do tempo da Rede Globo que sofreu ataques racistas por sites na internet por ser negra.

Quadro 4 – Percepção da polarização em nível agregado

Categorias	Frases
Percepção de preconceitos	O deputado Jean Wyllys que vem causando bastante polêmica, tem muitos partidos jovens que incrivelmente se opõem a ele. Porque tipo, atualmente no Brasil a gente está tendo uma onda de crescimento do assunto do feminismo, homossexualismo e minorias em geral, e o deputado Jean participa bastante e muitas organizações jovens que se opõem a ele. Então fica de um lado ele e quem concorda com ele e do outro as pessoas preconceituosas.
Percepção de partidos	Eu acho que há mesmo é uma polarização. Até porque tem seguidores de determinados partidos que querem impor aquela opinião, e tem gente que são contra, dá bastante briga sempre na internet, principalmente no facebook.
Percepção entre direita e esquerda	O que teve mais visibilidade nos últimos meses, foi a questão do impeachment do governo Dilma. E outras discussões entre partidos ditos de direita contra os de esquerda.
	Na minha “timeline” aparece de tudo. Opiniões totalmente direitistas, opiniões esquerdistas.
Percepção do antipetismo	Vejo tanto sobre o governo, que são os “coxinhas” e os “petralhas” se matando.
	Eu não leio quando a postagem é tipo “meu deus eu odeio o PT”, “matem a Dilma” ou “fora coxinhas e nazistas”.
	Digamos, se eu sou petista e ela é doutro partido. Eu vou botar coisa a favor do meu partido e esculachando o partido dela. Ela vai me esculachar porque sou petista. Assim ficam essas panelinhas, digamos assim, da internet.

Fonte: NUPESAL, 2015.

A análise de conteúdo destas frases permitiu a divisão da categoria polarização em nível agregado em quatro categorias: percepção de preconceitos, percepção de partidos, percepção entre direita e esquerda e percepção do antipetismo. Da mesma forma que na percepção das atitudes, identificou-se a percepção de preconceitos, neste caso envolvendo extremos entre os próprios partidos políticos, um dos extremos é simbolizado pelo Deputado Federal Jean Wyllys do Rio de Janeiro, um ativista da causa homossexual. Isso significa que polarização por preconceitos vai além do nível individual, ele também abrange o nível agregado através das instituições, em especial de partidos contra e a favor de causas representativas da minoria.

As outras três percepções abrangem exclusivamente opiniões sobre a política, partidos políticos e políticos. A percepção de partidos envolve a percepção geral de que existe polarização em nível agregado em relação aos extremos ideológicos dos partidos políticos. A percepção entre direita e esquerda também ganhou espaço na internet, apresentando-se assim claramente duas pontas ideológicas extremas, que parecem não possuírem nenhum ponto de convergência. A percepção desta

polarização pode resultar na falta de posicionamento político dos jovens, como visto no Gráfico 12.

E a percepção do antipetismo, que polariza, através de expressões pejorativas, os “petralhas”¹⁶⁴ e os “coxinhas”¹⁶⁵, colocando de um lado os a favor do governo do PT e de outro os contras. Esta percepção vem acontecendo, mais fortemente, desde as eleições presidenciais de 2014, e é resultado dos grandes escândalos de corrupção midiáticos pela TV. Também se pode afirmar que isso resulta, não só na falta de posicionamento político dos jovens, mas na falta de interesse na política de forma geral.

Reconhecendo que, conforme afirma Yang *et al.* (2016), a percepção da polarização gera consequências nas atitudes, cognições e comportamento dos indivíduos, afirma-se, pela análise de conteúdo das entrevistas, que a polarização percebida na internet pelos jovens, seja ela de atitudes ou de nível agregado, está corroborando para a manutenção de atitudes e comportamentos que demonstram a falta de interesse dos jovens na política. Nesse sentido, evidencia-se que a internet de fato não está colaborando para uma cultura política mais democrática, mas sim para um distanciamento da arena política, via secularização negativa.

4.4.3 Intolerância política

Compreender a tolerância como a crença de que todos os cidadãos têm o direito de expressar seus pontos de vista políticos, e que isso sinaliza um compromisso fundamental com as regras do jogo democrático, conforme aponta Nie, Junn e Stehlik-Barry (1996), é partir do pressuposto que a intolerância, além de corroer a democracia, contribui para a constituição de uma sociedade desinformada, polarizada, fragmentada e desinteressada pelos assuntos políticos. Nesse sentido,

¹⁶⁴ Expressão para se referir aos partidários do PT ou pessoas que apoiam o partido.

¹⁶⁵ Expressão para se referir às pessoas consideradas politicamente conservadoras ou antigoverno do PT.

torna-se relevante analisar a relação entre internet e tolerância tanto do lado positivo (FOGHAMMAR, 2012) quanto do lado negativo (ZOGHAIB, 2011).

Como o intuito não é verificar a intolerância dos jovens, mas sim analisar se o uso da internet aumenta a intolerância política, esta variável não é medida como sugerem os autores Stouffer (1955) e Sullivan, Piereson e Marcus (1982), mas sim pela percepção dos jovens sobre a intolerância na internet. Nas entrevistas em profundidade foi apresentada a seguinte questão “Você acha que há intolerância entre as pessoas na internet? Por quê?”. O Quadro 5 apresenta algumas das respostas categorizadas em intolerância geral e intolerância política.

Quadro 5 – Intolerância na internet

Categorias	Respostas
Intolerância geral	100%. A coisa que mais existe na internet é isso. E isso há porque geralmente as pessoas não estavam em uma situação e ficam julgando as outras. Essa coisa de muita gente sair impune por falar qualquer coisa está muito forte, então a intolerância está grande.
	Sim. Porque eu acho que as pessoas não aceitam a opinião uma das outras, não querem ouvir uma opinião diferente da sua.
	Sim. Acho não, tenho certeza. Porque assim, as pessoas perdem tanto o respeito pela opinião dos outros, mas se tu posta alguma coisa que elas não concordam, elas já caem em cima de ti direto. Eu vejo assim, eu já não gosto de expor a minha opinião nas redes sociais porque tu sempre vais ter que dar mil e uma explicações e nem sempre o teu ponto de vista vai ser igual ao de outra pessoa. Só que as pessoas não, elas falam “meu Deus, nós precisamos ter liberdade de expressão” com tanto que a tua expressão seja igual a minha, senão já dá um motivo para uma briga assim, e às vezes as pessoas acabam levando para o pessoal. Elas não sabem separar muito esse negócio de opinião. Então, eu prefiro nunca colocar nada.
	Sim. Elas simplesmente respondem o que elas querem. Ninguém respeita a opinião de ninguém.
	Eu acho que hoje em dia a maioria, pelo menos alguns, nem aceitam a opinião dos outros. Eles fazem como “só eu tenho razão, vocês não podem opinar, suas opiniões são incorretas, a minha é a única que serve”.
	É que a internet encoraja, né? Tu não tem cara, tu não tem uma identidade tua, pode ser qualquer pessoa, acredito que encoraja a pessoa a ser intolerante, a expor uma ideia que não falaria em público ou dando ali a cara a tapa para todas as pessoas ouvirem e verem e lerem, então eu acho que acaba encorajando
Intolerância política	Sim, bastante. Porque cada um tem a sua opinião. A tipo tem um cara lá do Porta dos Fundos, que é comediante e é PT, e todo mundo estava xingando ele. Está tudo bem, que está uma merda o PT no poder, só que é a opinião dele.
	Sim. Tem uma página do facebook que é uma constante briga entre partidos políticos. E o partido político faz a campanha dele e reclama do outro, e o outro é a mesma coisa. Tu não sabes falar dos pontos bons do teu partido, mas tu sabes falar mal dos outros, aí tu sabe tudo. O meu espaço termina quando começa o do outro. Eu tenho que respeitar a ideia dele e pronto, mesmo eu sendo contra. E isso é o que falta, qualquer coisa que tu posta vem gente tacando pedra.
	Muito, sei de muitas pessoas na internet especificamente que excluíram amigos das redes sociais por não tolerarem a opinião do outro. Normalmente por opinião política.
	Sim, porque qualquer coisa é motivo para briga. Principalmente no sentido de política. Basta tu postar qualquer coisa que as pessoas vão lá e interpretam de um jeito que tu estás criticando alguém. Daí vira briga.

Fonte: NUPESAL, 2015.

Analisando as respostas apresentadas no Quadro 5, percebe-se que as pessoas tendem a ser intolerantes na internet, e consideram que a internet é uma ferramenta que estimula a intolerância entre as pessoas, seja geral ou política. Todos

os 31 jovens entrevistados concordam que existe intolerância entre as pessoas na internet, ocasionada pela falta de respeito e pela sensação de anonimato e impunidade. Essa intolerância, segundo os jovens, gera violência e ódio entre as pessoas.

As respostas foram divididas em duas categorias: intolerância geral e intolerância política. A intolerância geral é sobre atos intolerantes a qualquer tipo de opinião, ou seja, quando as pessoas julgam e criticam as postagens dos demais usuários. A intolerância política é direcionada para as postagens sobre as opiniões e posicionamentos políticos das pessoas. Nessa subcategoria, a intolerância também gera violência, além de atos extremos como a exclusão de contatos das redes sociais com opiniões diferentes.

A intolerância política é percebida cotidianamente na internet, resultado das polarizações das opiniões políticas. Com isso, novamente, os dados evidenciam que a internet está colaborando para uma cultura política não democrática, mas sim conservadora e apática. O uso da internet estimula a polarização de opiniões políticas e, por consequência, a intolerância política entre os jovens no Sul do país.

4.4.4 Discurso de ódio

Sem dúvida, o discurso de ódio disseminado pela internet é prejudicial para democracia, conforme aponta Sevasti (2014), visto que este discurso tem a intenção de ameaçar determinados grupos públicos, compartilhar determinadas ideologias e propagar a violência (COHEN-ALMAGOR, 2011). Por isso, a análise a seguir trabalha com a percepção dos jovens sobre o discurso de ódio na internet, através de algumas respostas as questões “Há muitas pessoas que dizem que a internet está sendo utilizada para mensagens de ódio, tu concorda com isso?” e “As mensagens negativas poderiam ser caracterizadas como ódio?”, que são categorizadas em discurso de ódio geral, discurso de ódio contra grupos, discurso de ódio político e discurso de indignação (Quadro 6).

Quadro 6 – Discurso de ódio

Categorias	Respostas
Discurso de ódio geral	Pouca gente na politicagem séria se intui para fazer algo que não seja ou denigrir alguém ou repudiar a ação de alguém.
	Eu acho que ela ajuda a espalhar, e pode ser o lugar onde tu vejas mais essas coisas. Mas não digo que é culpa da internet, no caso é das pessoas que usam. Realmente tu vês muito ódio.
	Não só em questão ao governo, mas vejo mais o ódio das pessoas entre si.
	Eu acho que isso sempre aconteceu, só que andou crescendo nesses anos que passaram. Mas eu acho que sempre existiu, desde que criaram as redes sociais. Sempre existiu essas discussões de ódio.
	Eu acho muito fácil xingar alguém atrás da tela de um computador, pois a pessoa tem liberdade para isso. Porque não tem como a outra pessoa debater abertamente. Expressar os pontos, a ponto de mudar a tua percepção naquele momento. É muito fácil eu te xingar de qualquer coisa que eu acho ofensiva, mesmo sendo uma coisa completamente errada, porque eu estou atrás de um computador. Eu tenho a segurança e tu não pode fazer nada além de tentar mudar a minha opinião, ignora-la ou rebater com mais ódio.
Discurso de ódio contra grupos	Eu vejo muita página antifeminismo, o feminismo é algo que é alvo bem grande de ódio na internet. Não existe algo que proíba as pessoas de serem ofensivas.
Discurso de ódio político	É muito comum as mensagens de ódio, principalmente as páginas anti-PT.
	Existem grupos que expõe a imagem alheia passando dos limites de liberdade de expressão, pessoas que não sabem dialogar. Como por exemplo, o adesivo que simula a presidenta Dilma de pernas abertas, que este seria colocado em carros para mostrar “indignação” dos eleitores com o atual governo. Eu vejo isso como mensagem de ódio.
	Vamos supor com relação à presidente, quando alguém vai lá e diz que odeia o governo da Dilma, que odeia ela ou que ela é uma péssima presidente, isso é uma mensagem de ódio a ela e ao governo dela.
	Quando eu vejo principalmente por esses assuntos, política e feminismo, tudo envolvido com os direitos é mensagem de ódio. Não tem uma coisa falando bem, “ah o Brasil tem isso de bom”, não é só xingando, nunca vi ninguém falando bem de alguma coisa, principalmente pelo facebook.
	Eu acho que a internet, principalmente o Facebook, induz a ter uma opinião. Então, se forem lançadas muitas notícias de, não é desaprovando, mas repudiando o governo, e falando só de corrupção, falando que o governo está ruim, eu acho que só piora. As pessoas vão ter uma visão cada vez pior do país e com mais ódio.
	As pessoas só pensam em criticar. Por exemplo, quando teve aquilo de protesto, que todo mundo queria “ai sai Dilma e entra Aécio”, eles em nenhum momento falavam do Aécio, eles só criticavam a Dilma, eles não se prestavam a elogiar o candidato deles. Eles só criticam e eles não tentam defender o candidato, eles só querem atacar e com ódio as outras pessoas.
	Pelo pessoal que eu tenho no meu facebook, geralmente são mais mensagens de ódio. Para matar, para mandar prender corrupto e fora PT.
	Tem muito ódio na internet. Até de parente meu que compartilha umas coisas, tipo querendo que a Dilma morra, querendo que ela tenha câncer para aprender a ser boa na vida
Discurso de ódio velado	Já vi coisas muito fortes, mas não ódio de morte assim. Repúdio total. Falta muito respeito. As pessoas perdem noção assim. Duvido que as pessoas falariam isso na cara de um oposito político cara-a-cara. Ali no computador tu te desinibe. Tem um anonimato.

	Eu acho que eu não usaria a palavra ódio. É mais uma indignação, uma raiva. As pessoas postam qualquer coisa e todo mundo pode ler.
--	--

Fonte: NUPESAL, 2015.

O Quadro 6 permite três considerações. Em primeiro lugar, concorda-se com as quatro razões principais de responsabilização da existência do discurso de ódio na internet apresentadas por Sevasti (2014). A primeira, de que a internet permite a liberdade absoluta de expressão, percebe-se na frase “eu acho muito fácil xingar alguém atrás da tela de um computador, pois a pessoa tem liberdade para isso”; a segunda, a amplitude de alcance da mensagem, na frase “as pessoas postam qualquer coisa e todo mundo pode ler”; a terceira, de que há possibilidade de manter um relativo anonimato, na frase “ali no computador tu te desinibe. Tem um anonimato”; e a quarta, de que a internet é descontrolada e não regulamentada, na frase “não existe algo que proíba as pessoas de serem ofensivas”.

Em segundo lugar, a análise de conteúdo das respostas apresentadas no Quadro 6 sugerem quatro categorias de discurso de ódio: discurso de ódio geral, discurso de ódio contra grupos, discurso de ódio político e discurso de ódio velado. Percebe-se a existência de um discurso de ódio contra as pessoas de forma geral, contra grupos minoritários e contra opiniões políticas. Além disso um discurso de ódio velado, que conforme a fala dos jovens é um ódio encoberto, que parece uma indignação ou raiva, que pode ser proferido contra qualquer pessoa, instituição ou opinião pública.

Por fim, é possível concluir que a internet facilita a disseminação de um discurso de ódio, independentemente de sua natureza, que é consequência tanto da polarização das opiniões políticas quanto da intolerância política. E que isso, por sua vez, está contribuindo para a manutenção da cultura política juvenil no Sul do país, conforme os dados apresentados nas seções anteriores, desinteressada e não participativa, com certo distanciamento das instituições políticas, em especial dos partidos políticos, sem posicionamento político e partidário, com voto personalista e com baixo conhecimento político.

4.4.5 Internet e democracia

A partir da discussão dos quatro eixos analisados para verificar a influência do uso da internet na constituição de uma cultura política juvenil no Sul do Brasil, tornou-se relevante avaliar quais implicações do desinteresse por política, da intolerância política, da percepção de polarização de opiniões políticas e da disseminação de discurso de ódio na percepção dos jovens em relação à democracia. Com isso, incorporou-se uma análise da percepção dos jovens em relação a internet ser ou não um instrumento capaz de fortalecer a democracia, pois acredita-se que essa percepção também influencia nas atitudes e comportamentos juvenis. Além disso, análises sobre a cultura política surgem como uma das possibilidades explicativas para compreender a eficácia das instituições políticas e a qualidade das democracias. Por isso, é importante analisar, do ponto de vista dos jovens, a relação entre o uso da internet e o fortalecimento da democracia. O Quadro 7 apresenta as respostas dos jovens entrevistados para a questão “Sobre postar mensagens de repúdio ou elogio ao governo, tu achas que isso ajuda a fortalecer a democracia ou ajuda a piorar a crise?”, divididas em quatro categorias: fortalecer a democracia, ambos, ajuda a piorar a crise e indiferente.

Quadro 7 – A internet está fortalecendo a democracia ou ajudando a piorar a crise

Categorias	Respostas
Fortalecer a democracia	As redes sociais são mais do que nunca formadores de opinião e eu acho que pode fortalecer a democracia, porque está exercendo o direito do cidadão de poder ter sua própria opinião e fazer parte das decisões que serão tomadas.
	Acho que fortalecem a democracia. Porque gera debate.
	Acho que ajuda, porque vai passando de uma pessoa para outra. Vai abrindo os olhos das pessoas.
	Não, que fortaleça, não prejudica, entendeu? Mas eu acho que sim, porque daí é aquela história do poder. Tu estás dando poder para o povo se manifestar, aí aquela pessoa que está lá parada, não tem motivação, tipo é a oportunidade batendo na porta da pessoa. Então acredito que sim, nesse sentido fortalece a democracia, porque tu estás lá te manifestando, coisa que tu não farias se tu não fosses convidada através da internet.
Ambos	Os dois. Eu acho que se tu for dar uma ideia ou criticar e tentar fazer essa ideia funcionar tu vais colaborar com a democracia. Mas tu ir lá e dizer “ah o governo está uma merda”, tu está só adicionando texto sem sentido. Tu tens que criticar, mas não adianta tu criticar sentado virar a cadeira e assistir à TV Globo. Eu acho isso meio idiota.
	Dos dois um pouco. Fortalece a democracia, porque é um direito de opinião das pessoas. Ali é o meio que encontraram, ninguém vai colar cartaz na rua. Mas piora a crise, porque eu acho que às vezes exageram, pois tu não sabes até que ponto as coisas são verdade. Cria-se até uma onda de crise que, às vezes, nem está tão ruim assim, sabe? Só que falam tanto que está ruim que tu passas a acreditar naquilo.
	Depende. Porque querendo ou não o facebook não é um instrumento democrático, ele tem um viesinho que garante um pouco de discussão sadia e tudo mais, mas não dá para negar que ele é uma arma a se utilizar. Da mesma forma que em 2013 foi utilizada para o bem, hoje ele está sendo usada para um viés totalmente maquiavélico.
Ajuda a piorar a crise	Eu acho que isso piora, mas é que as pessoas têm que ter um certo filtro quando entram no facebook. Eu acho que elas têm que prestar atenção no que pode ser verdadeiro ou o que é uma coisa inventada.
	A piorar. Porque eu acho que se não ficasse sendo divulgado só notícias ruins, toda vez que acontece algum escândalo, há uma chuva de notícias sobre aquilo, o que acaba motivando as pessoas a ter mais ódio, mais raiva. Acho que de repente poderiam estar utilizando outras coisas, sabe? Tudo bem, publica a notícia, mas não faz aquele “auê” todo. Publica coisas interessantes, tipo programas sociais, coisas que tu podes estar utilizando no teu dia-a-dia para melhorar o país.
	Acho que ajuda a piorar, porque não é uma democracia. Fica cada um na sua opinião e não aceita a do outro, vira uma briga, parece uma guerra na internet, assim cada um se ofendendo por ter determinado pensamento.
	Eu acho que piora, que acaba distanciando. Coisa que poderiam se unir para um determinado objetivo, a rede social distancia. Porque tem muita gente que é mascarado diante do computador. Tu estás aqui e pode falar e escrever o que bem entender e sem se identificar.
Indiferente	Eu acho que é indiferente. Eles não dão bola para os jovens, então a gente pode ficar indignado, pode fazer passeata, pode querer impeachment da Dilma. E isso não vai dar certo, porque ninguém vai dar bola para a gente.
	Eu acho que não faz diferença. É bom porque tu podes expressar o que tu estás sentindo, dizer o que tu pensas, mas ao mesmo tempo não vai mudar, a tua opinião não vale nada. Então não faz muita diferença.

	Acho que é um meio onde as pessoas podem debater, mas promover mais democracia não sei. Não acho que ela seja fundamental para isso. Acho que a história existiu até agora sem internet, e sempre teve alguma forma de democracia.
--	--

Fonte: NUPESAL, 2015.

Diferente dos autores que consideram a internet como um instrumento capaz de promover a qualidade da democracia (TSAGAROUSIANOU, TAMBINI e BRIAN, 1998; GIMMLER, 2001; LATTMAN-WELTMAN, 2003; SUNSTEIN, 2003; FERDINAND, 2007; HILL e HUGHES, 2007), percebe-se que não existe um consenso entre os jovens entrevistados sobre o papel da internet na democracia. As respostas apresentadas no Quadro 7 estão divididas em quatro categorias: fortalecer a democracia, ambos, ajuda a piorar a crise e indiferente.

Os que acreditam que a internet fortalece a democracia argumentam sobre a possibilidade de expressão das opiniões proporcionada pela internet, que acaba gerando debate e passando conhecimento a outras pessoas, e sobre a possibilidade de manifestação, que não é garantida ou incentivada por outros meios. Os argumentos, dos jovens que responderam que ajuda a piorar a crise, giram em torno das notícias falsas ou ruins que prejudicam o entendimento correto da situação, dos distanciamentos entre pessoas ocasionados pela polarização de opiniões postadas na internet. Os que responderam indiferente acreditam que as suas opiniões não são consideradas e por isso o uso da internet é indiferente para democracia ou para crise.

Pelas respostas, sugere-se que a influência do uso da internet no fortalecimento da democracia é inconclusiva no caso brasileiro, pois, além de não ser percebida uma alteração na cultura política juvenil, a democracia brasileira está, no momento, exclusivamente ligada a midiáticação do contexto político, com escândalos e denúncias de corrupção. Ou seja, a internet no Brasil parece estar sendo apenas um espaço para a amplificação das opiniões já existentes, sejam elas conservadoras ou democráticas. Concorda-se com a fala de Umberto Eco de que as mídias sociais deram o direito à fala a legiões de imbecis que, anteriormente, falavam só no bar, sem causar dano à coletividade, enquanto agora eles têm o mesmo direito à fala que um

ganhador do Prêmio Nobel, gerando a promoção do idiota da aldeia a portador da verdade¹⁶⁶.

4.4.6 Considerações sobre a influência do uso da internet na cultura política juvenil no Sul do Brasil

As análises apresentadas nesta seção foram feitas a partir de quatro eixos identificados como necessários para analisar a influência do uso da internet na constituição de uma cultura política juvenil: (1) interesse por política; (2) polarização de opiniões políticas; (3) intolerância política; (4) discurso de ódio. Além destes eixos, também foi analisada a percepção dos jovens em relação à internet colaborar com a consolidação da democracia no Brasil.

No primeiro eixo, evidencia-se que o interesse por política dos jovens permanece baixo, tanto quando comparado com dados de 2002 quanto com a literatura (MOISÉS, 1995; BAQUERO e PRÁ, 2007; BAQUERO, 2008). Além disso, as demais variáveis sobre atitudes e comportamentos apontam para uma manutenção da cultura política das gerações anteriores, caracterizada pela apatia, pela falta de posicionamento político e partidário, pelo não interesse no debate político, pela alta percepção de corrupção na esfera política, por sentimentos negativos em relação ao país e a política, pela definição de voto personalista e pelo baixo conhecimento político. Além disso, os cruzamentos e testes de Qui-quadrado não mostram associações significantes entre o uso da internet e tais variáveis. Bem como, os modelos de regressão linear também não apresentam correlações moderadas ou fortes, indicando que a internet, a idade, a renda e demais variáveis de socialização política não estão correlacionadas com o tipo de cultura política juvenil do Sul do Brasil. Isso contraria a proposta de Dalton e Welzel (2014a e 2014b) de que estaria ocorrendo uma mudança na cultura política do tipo leal e submissa para assertiva. Além de não confirmar a hipótese de que o uso da internet aumentaria a apatia e o

¹⁶⁶ Declaração dada durante a cerimônia que recebeu o título de doutor honoris em Comunicação e Cultura da Universidade de Turim, em 2015.

desinteresse político, visto que há uma manutenção nessas atitudes. No caso brasileiro, a internet está colaborando apenas com a manutenção da cultura política existente.

No segundo eixo, a análise de conteúdo das respostas dos jovens entrevistados permite afirmar que existe uma percepção da polarização das opiniões, conforme apontam Yang *et al.* (2016), Garret *et al.* (2014), Westfall *et al.* (2015) e Sherman, Hogg e Maitner (2009). Sejam estas opiniões gerais, sobre grupos minoritários ou políticas, a internet ao dar espaço induz a promoção de opiniões extremas. Com isso, concorda-se com Yang *et al.* (2016) de que esta percepção influencia nas atitudes e comportamentos políticos, visto que os jovens permanecem com baixo interesse na política. As análises de conteúdo realizadas no terceiro eixo corroboram com o posicionamento de Zoghaib (2011), de que a relação entre internet e tolerância é negativa, influenciando o aumento da intolerância, seja por assuntos diversos seja por assuntos políticos.

No eixo quatro, sobre o discurso de ódio, pela análise de conteúdo, concorda-se que o discurso de ódio é reponsabilidade da liberdade de expressão, da amplitude de alcance da mensagem, do anonimato e da falta de regulamentação, conforme apresentou Sevasti (2014). Além disso, é possível evidenciar que o discurso de ódio é contra questões gerais, grupos minoritários e política, bem como os jovens também percebem a existência de um discurso de ódio velado. A internet facilita a disseminação de um discurso de ódio, gerado pela polarização de opiniões política e pela intolerância política.

Os eixos dois, três e quatro colaboram para a manutenção do eixo um, não ocorrendo uma mudança significativa na cultura política juvenil no Sul do Brasil. Além disso, identifica-se que os jovens percebem que a polarização de opiniões políticas, a intolerância política e o discurso de ódio ganham mais espaço com a internet. Isso vai ao encontro da hipótese de que o uso da internet aumenta a polarização de opiniões políticas, a intolerância política e o discurso de ódio.

Em relação à percepção dos jovens sobre a internet e a democracia, não se tem consenso nas opiniões, pois as respostas se dividem entre os que acreditam que a internet fortalece a democracia, a internet piora a democracia, a internet fortalece/piora a democracia e a internet é indiferente em relação à democracia. Não sendo possível afirmar, para o caso brasileiro, de que a internet colabora para o fortalecimento democrático e a constituição de uma cultura política democrática, conforme alguns autores defendem (TSAGAROUSIANOU, TAMBINI e BRIAN, 1998; GIMMLER, 2001; LATTMAN-WELTMAN, 2003; SUNSTEIN, 2003; FERDINAND, 2007; HILL e HUGHES, 2007).

Os dados analisados fortalecem em parte a tese de que a internet reforça, através da socialização política, um tipo de cultura política e um tipo de capital social. No próximo capítulo é analisada a relação da internet com o capital social.

5. CAPITAL SOCIAL E INTERNET

Neste capítulo examina-se os efeitos do uso da internet na constituição de capital social, que por sua vez influencia na estruturação da cultura política no Sul do Brasil. Dois tipos de capital social são identificados na literatura, capital social encapsulado e capital social emancipatório, e um tipo é sugerido para as análises desta tese, capital social virtual. A proposição a ser testada é de que os níveis de capital social influenciam diretamente o tipo de cultura política de uma sociedade, que por sua vez é internalizada através da socialização política. Altos níveis de capital social podem colaborar com o deslocamento de uma cultura política leal e submissa para uma cultura assertiva e participativa, pois colaboram com a resolução dos problemas coletivos, por meio das redes de confiança e reciprocidade, e enaltecem os valores democráticos. Apesar dos dados do capítulo anterior terem indicado para uma manutenção da cultura política das gerações anteriores no Sul do Brasil, mesmo com o aumento do uso da internet, é necessário verificar se isso se repete nos níveis de capital social. Tal análise pode gerar subsídios teórico-práticos para melhor compreender os efeitos do uso da internet nas atitudes e comportamentos dos jovens como um processo que começa com a socialização política, segue pela constituição de uma cultura política e termina nos níveis de capital social.

A internet, com sua rápida expansão, tem sido uma grande esperança para o desenvolvimento da comunidade. Embora o debate sobre a influência da internet no capital social esteja em curso, ainda não surgiu um padrão claro (PUTNAM, 2015; RECUERO, 2009 e 2012a; NORRIS, 2000). Os otimistas afirmam que a internet fornece novas e melhores formas de comunicação, enquanto os pessimistas argumentam que ela leva as pessoas para longe de suas comunidades e famílias. Nos estudos mais recentes sobre a relação entre o uso da internet e o capital social encontram-se dois tipos de relação: (1) relação positiva¹⁶⁷ (NORRIS, 1999; NEWTON, 1999; MATOS, 2007 e 2009; RECUERO, 2009; MESQUITA, 2008; DALTON e KITTILSON, 2012; ELLISON, STEINFELD e LAMPE, 2007; SHAH, KWAK e

¹⁶⁷ Teoria da Mobilização.

HOLBERT, 2001; SABATINI e SARRACINO, 2014; HOOGHE e OSER, 2015), pois a internet pode ser uma ferramenta de mobilização muito forte (VALENZUELA, ARRIAGADA e SCHERMAN, 2014, RECUERO, 2009), que não mostra nenhum efeito negativo em relação aos níveis de participação (BOULIANNE, 2009); e, (2) relação negativa¹⁶⁸ (PATTERSON, 2000; MERVIN, 1998; PUTNAM, 2002; PLATTNER, 2012), com o argumento de que a internet diminuiria o convívio pessoal, degradando as relações dos grupos (PUTNAM, 2002), além de ser usada, preferencialmente, para o entretenimento e não para busca de informações (PUTNAM, 2015).

Wellman *et al.* (2001), indo além ao ultrapassarem esses dois tipos de efeitos da internet, sugerem que o uso da internet complementa o capital social, no sentido de ser um instrumento de extensão das relações pessoais. As relações próximas continuam sendo pessoais, as relações distantes são mantidas pelo uso da internet. Os autores sugerem que os efeitos da internet sobre o capital social são complementares, ao contrário das previsões positivas e negativas. Além disso, os autores explicam que o uso da internet não é uma atividade uniforme, pois em alguns momentos pode isolar as pessoas das comunicações *offline*, enquanto em outros momentos pode aumentar o tempo das comunicações *offline*, por proporcionarem agilidade em determinadas tarefas diárias, como compras *online* e transações bancárias. No entanto, os autores reconhecem que seus dados apresentam uma limitação, uma vez que não permitem fazer inferências sobre como a atividade da internet influencia a participação política, pois acabam supondo que as pessoas usam qualquer meio apropriado e disponível no momento para participar das organizações e da política: as pessoas que já participam *offline* usam a internet para aumentar e ampliar sua participação, enquanto as que participam *online* podem começar a se envolver pessoalmente com a política (WELLMAN *et al.*, 2001)

Esses posicionamentos divergentes sugerem a existência de um conflito entre os estudos sobre os efeitos do uso da internet no capital social, em especial sobre o engajamento político e a participação política. Por exemplo, os pesquisadores da

¹⁶⁸ Efeitos Negativos.

teoria da mobilização, que trabalham com a relação positiva, argumentam que o maior contato com a internet possibilita acesso às informações políticas (RECUERO, 2009) e um novo espaço de interações sociais (NORRIS, 2000), bem como mobiliza para uma maior participação os ativos *offline* e pode mobilizar os inativos (NORRIS, 2000; BARBER, 2001). Por sua vez, os pesquisadores dos efeitos negativos percebem esses argumentos como uma relação negativa entre o uso da internet e o engajamento político, pois o maior acesso às informações políticas é seletivo (YANG *et al.*, 2016) e as interações pessoais ficam comprometidas em detrimento das virtuais (PUTNAM, 2002), além da internet não ser capaz de mobilizar os não participantes, pois é utilizada majoritariamente para entretenimento (PUTNAM, 2015).

No que se refere aos estudos que focam nos jovens, eles também trabalham com a relação da constituição do capital social através dos sites de redes sociais (SABATINI e SARRACINO, 2014; MALINI e ANTOUN, 2013; VALENZUELA, ARRIAGADA e SCHERMAN, 2014; DALTON e KITTILSON, 2012) e com o argumento de que a internet e os sites de redes sociais ampliam as interações sociais *offline* para o virtual, criando um novo espaço de interações e mobilizações. Ou seja, o capital social produzido nas relações *online* seria outra forma de capital social que pode ou não extrapolar para o mundo *offline*, assim, expandindo as possibilidades de participação política.

Com base nas proposições da teoria da mobilização e, complementarmente a dos efeitos negativos, a análise a seguir verifica os efeitos do uso da internet, de forma geral, nos níveis de capital social encapsulado e emancipatório, além da constituição de um capital social do tipo virtual. Com isso é possível verificar, no mundo *offline*, em quais pontos o uso da internet é positivo e em quais é negativo e, no mundo *online*, se os jovens estão constituindo algum tipo de capital social virtual.

Para efeitos de análise empírica, inicialmente são apresentados descritivamente os níveis de capital social. O capital social encapsulado é analisado através das relações dos jovens em sua família, igreja, comunidade e escola, com as questões sobre participação e confiança. Os níveis de capital de caráter emancipatório são verificados pelas relações dos jovens com as instituições, tanto da participação

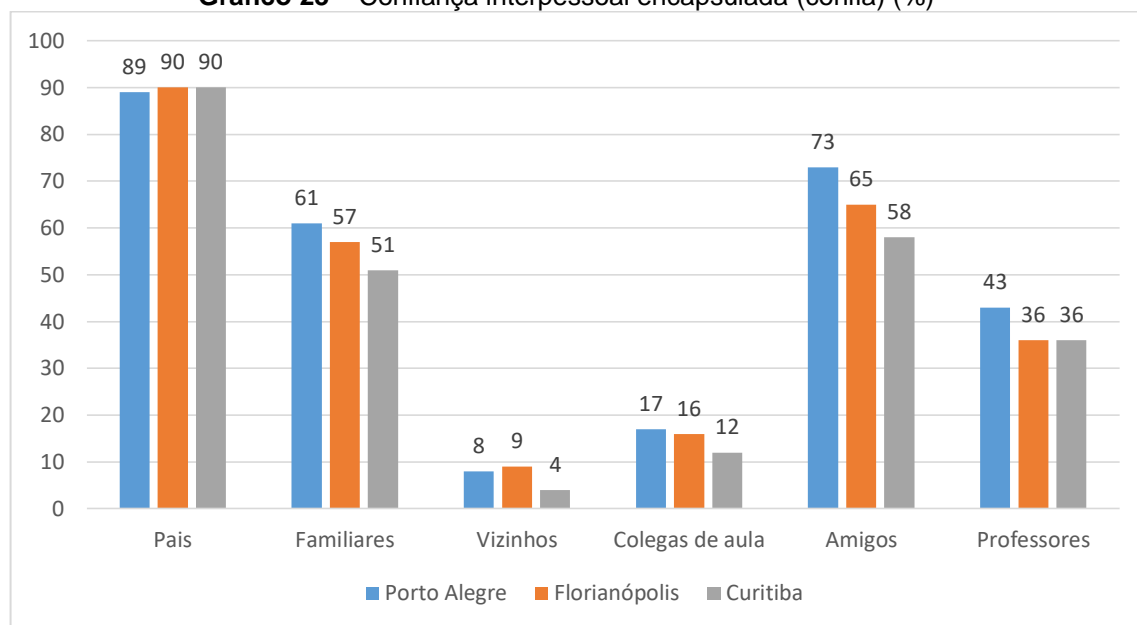
quanto da confiança, bem como as suas percepções sobre a relevância da participação da população na resolução de problemas. Para verificar a constituição de um capital social virtual são analisadas as atividades realizadas ou estimuladas a partir do meio *online*. Posteriormente, é analisado, através de cruzamentos, o impacto do tempo de uso da internet nos níveis de capital social. Por fim, é feita a análise de regressão linear, para verificar se existe uma relação funcional entre o capital social com algumas variáveis independentes.

5.1 CAPITAL SOCIAL ENCAPSULADO

O pressuposto central do capital social encapsulado é o fortalecimento da comunidade, pois proporciona as bases sociais e psicológicas que a comunidade necessita para enfrentar as dificuldades do cotidiano. As redes de reciprocidade, solidariedade e confiança constituídas em torno da comunidade colaboram para o fortalecimento das atividades locais, fortalecendo a participação política intra-grupo.

A primeira dimensão analisada diz respeito aos níveis de capital social encapsulado dos jovens através da confiança interpessoal (Gráfico 23) e confiança institucional (Gráfico 24).

Gráfico 23 – Confiança interpessoal encapsulada (confia) (%)¹⁶⁹

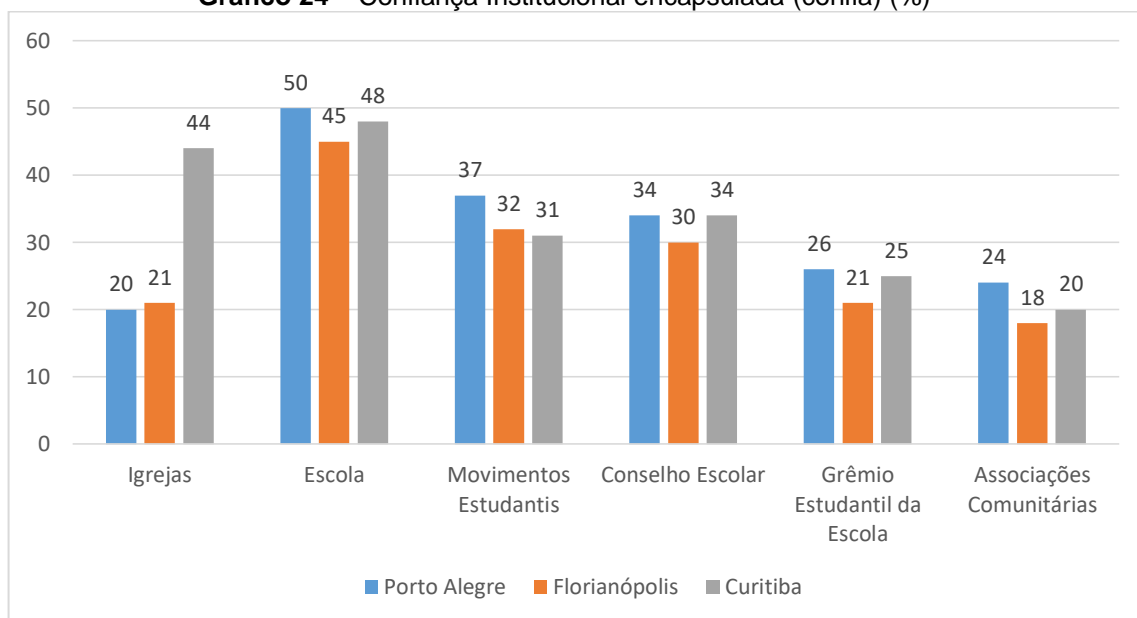


n POA= 669; n FLO= 557; n CUR= 760
Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Conforme os dados do Gráfico 23, em média, 90% dos jovens do Sul do país confiam em seus pais (89% em Porto Alegre, 90% em Florianópolis e 90% em Curitiba), 65% em seus amigos (73% em Porto Alegre, 65% em Florianópolis e 58% em Curitiba) e 56% em seus familiares (61% em Porto Alegre, 57% em Florianópolis e 51% em Curitiba). Em relação aos professores, as porcentagens são homogêneas, pois confiam um pouco menos, em média 38% (43% em Porto Alegre, 36% em Florianópolis e 36% em Curitiba). Confiam pouco em seus colegas de aula, em média 15% (17% em Porto Alegre, 16% em Florianópolis e 12% em Curitiba), e seus vizinhos, 7% (8% em Porto Alegre, 9% em Florianópolis e 4% em Curitiba). Os dados indicam que os jovens confiam mais nas pessoas mais próximas, sinalizando para um alto nível de confiança interpessoal no nível encapsulado. Ou seja, os jovens do Sul do Brasil possuem relações de confiança com seus pais, amigos e familiares, além de seus professores, podendo assim constituir redes de solidariedade e reciprocidade mais fortes com esses grupos.

¹⁶⁹ Questões do *survey*: Em relação às pessoas que estão listadas abaixo, você confia nelas? (1) Pais; (2) Familiares; (3) Vizinhos; (4) Colegas de aula; (5) Amigos; (6) Professores.

Gráfico 24 – Confiança Institucional encapsulada (confia) (%)¹⁷⁰

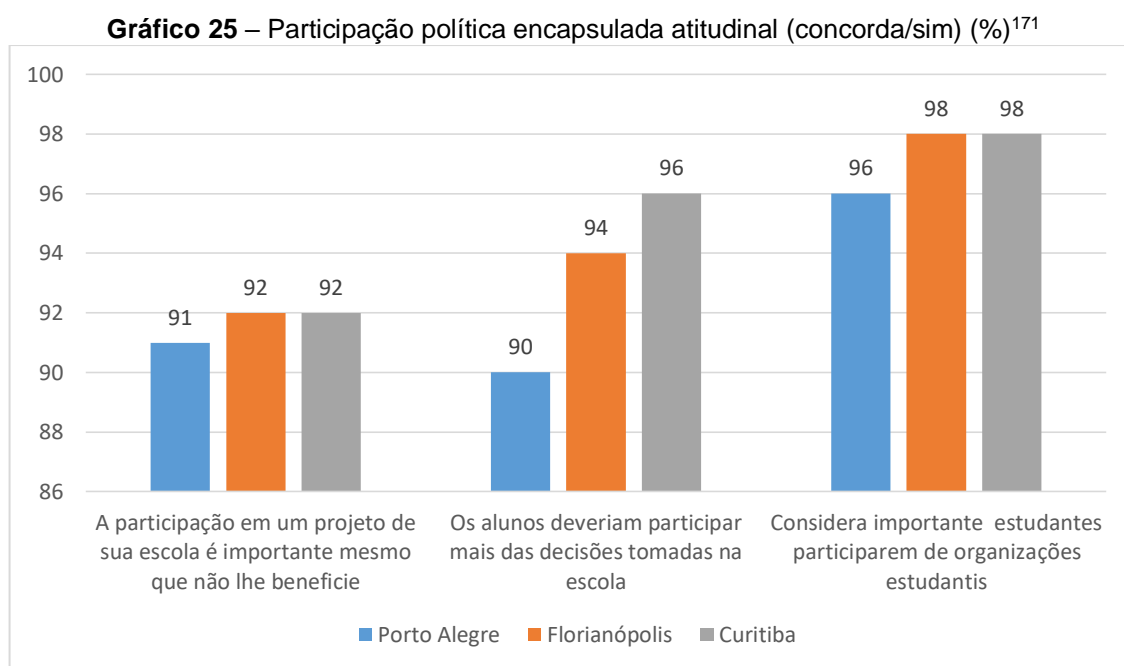


n POA= 652; n FLO= 548; n CUR= 746
Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Em relação às instituições de nível local, os jovens se mostram ambíguos, pois apresentam confiança, porém não muito elevada, observa-se que a instituição na qual os jovens mais confiam é a escola, com média de 48% (50% em Porto Alegre, 45% em Florianópolis e 48% em Curitiba). Seguida dos movimentos sociais (33%), conselho escolar (33%), grêmios estudantis da escola (24%) e associações comunitárias (21%). Conforme os dados do Gráfico 24, é necessário destacar a diferença significativa na confiança na igreja em Curitiba (44%), apresentando mais que o dobro da confiança em Porto Alegre (20%) e Florianópolis (21%), isso pode ser explicado pela colonização de Curitiba, marcada pela chegada de muitas etnias (ortodoxos ucranianos, antioquinos, os islâmicos, judaicos, espíritas, budistas, gnósticos, anglicanos e evangélicos, entre outros), que, com suas diferentes crenças, construíram na cidade muitos santuários religiosos que, hoje, promovem o turismo religioso na região.

¹⁷⁰ Questões do *survey*: Em relação às instituições que estão listadas abaixo, você confia nelas? (1) Igreja; (2) Escola; (3) Movimentos Estudantis; (4) Conselho Escolar; (5) Grêmios Estudantis da Escola; (6) Associações Comunitárias.

A confiança institucional, apesar de evidenciar uma queda quando comparada a confiança interpessoal encapsulada, apresenta uma confiança relativa nas instituições intra-grupos, indicando que os jovens possuem redes de contatos com estas instituições e podem criar laços, relativamente, fortes de solidariedade e reciprocidade em sua comunidade escolar, de bairro ou religiosa. Os gráficos a seguir apresentam os dados sobre a participação política intra-grupo atitudinal (Gráfico 25) e comportamental (Gráfico 26).



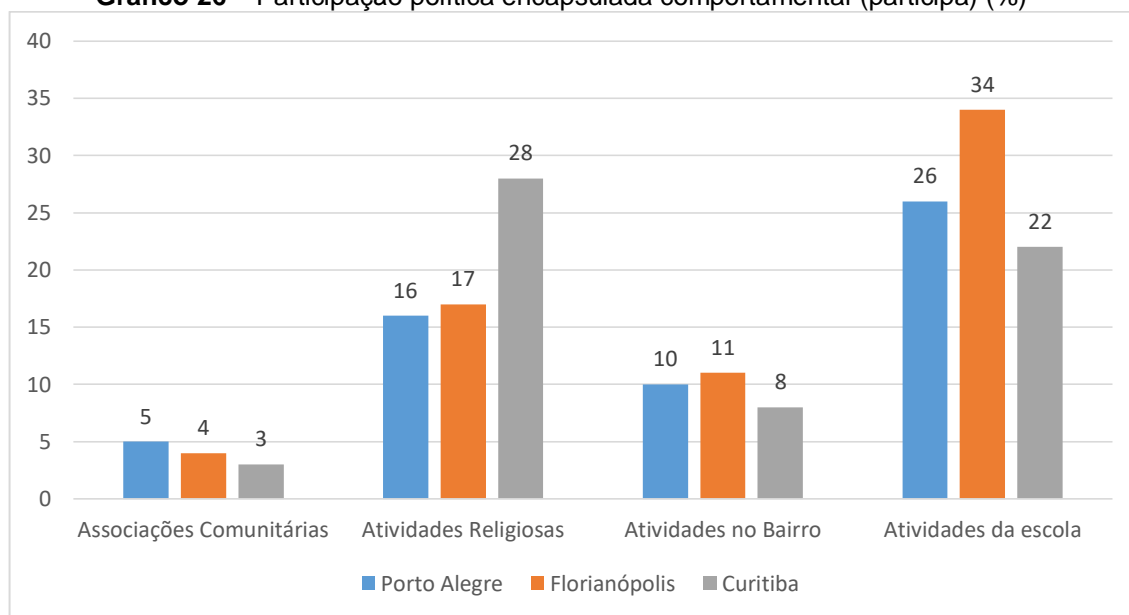
n POA= 646; n FLO= 549; n CUR= 742
 Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Percebe-se, a partir dos dados do Gráfico 25, que os jovens no Sul do país consideram importante a participação dos colegas em um nível geral e, especificamente, sua participação em atividades da escola. Em média, 92% concordam que a participação em um projeto da escola é importante mesmo que não

¹⁷¹ Questões do *survey*: (1) Das afirmações abaixo, gostaríamos de saber se você concorda. A participação em um projeto de sua escola é importante mesmo que não lhe beneficie diretamente; (2) Você acha que os alunos deveriam participar mais das decisões tomadas em sua escola; (3) Você considera importante os estudantes participarem de organizações estudantis.

lhe beneficie (91% em Porto Alegre, 92% em Florianópolis e 92% em Curitiba) e 93% concordam que os alunos devem participar das decisões tomadas na escola (90% em Porto Alegre, 94% em Florianópolis e 96% em Curitiba). A atitude de que a participação dos estudantes em organizações estudantis é importante é de, em média, 97% (96% em Porto Alegre, 98% em Florianópolis e 98% em Curitiba). Isto mostra um alto nível de atitudes participativas entre os jovens e uma percepção da necessidade de atitudes democráticas para o bom funcionamento das instituições. No entanto, é necessário examinar se as atitudes são consistentes com os comportamentos presenciais dos jovens. O Gráfico 26 apresenta os dados referentes a dimensão comportamental.

Gráfico 26 – Participação política encapsulada comportamental (participa) (%)¹⁷²



n POA= 639; n FLO= 538; n CUR= 717

Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

No Gráfico 26 se observa que apesar dos jovens considerarem importante a participação, quando examinada a dimensão comportamental os dados indicam que

¹⁷² (1) Você costuma participar de Associações Comunitárias; (2) Você costuma participar de Atividades Religiosas; (3) Você costuma participar de Atividades no Bairro; (4) Você participa de atividades da escola.

eles não participam com a mesma intensidade das atividades e instituições da comunidade. As atividades escolares, com média de 27% (26% em Porto Alegre, 34% em Florianópolis e 22% em Curitiba), e religiosas, com média de 20% (16% em Porto Alegre, 17% em Florianópolis e 28% em Curitiba) são as que os jovens tendem a participar, mas com médias inferiores a 30% de participação. As atividades do bairro (média de 10%) e participação em associações comunitárias (4%) são pouco frequentadas pelos jovens, provavelmente pela falta de estímulo das gerações anteriores ou pela falta destas atividades em suas comunidades.

Mesmo com a diferença entre a confiança interpessoal e institucional, bem como entre as atitudes e os comportamentos dos jovens no Sul do Brasil, conforme Baquero (2013), é possível aferir que os níveis de capital social encapsulado são similares aos das gerações anteriores, uma vez que os jovens confiam e participam mais no âmbito intra-grupos. Isso evidencia que o advento da internet está mantendo o nível do capital social encapsulado dos jovens, não aumentando e nem diminuindo de forma significativa a confiança e a participação política dos jovens em suas comunidades. Isto implica na constituição de uma cultura política não participativa, pois sem altos níveis de capital social a cultura política é fortemente caracterizada pela apatia e o desinteresse político. As análises do capítulo anterior apontaram para uma cultura política híbrida, o que indica a consistência dos dados apresentados, pois os jovens possuem atitudes mais democráticas e comportamentos mais conservadores.

Essas relações horizontais (família, vizinhos, amigos, escola, igreja e associações comunitárias) do capital social encapsulado contribuem para as mobilizações de solidariedade e reciprocidade para com os membros da comunidade (PUTNAM, 2002). Tal capital social gera coesão social e são essenciais em comunidades mais pobres que necessitam deste forte laço para amenizarem as dificuldades econômicas. Em relação aos jovens, este tipo de capital social é importante por dois motivos: (1) porque são as primeiras redes de relacionamento estabelecidas por eles, que, através da socialização política, compreendem a relevância das mobilizações locais para o desenvolvimento da comunidade, geradas

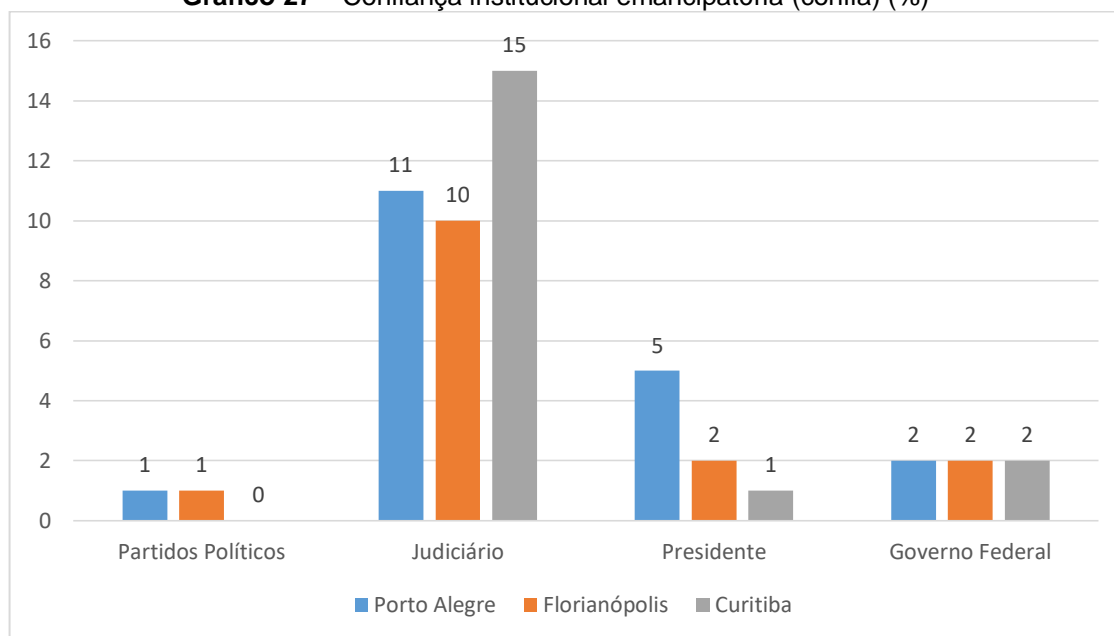
através da confiança e da participação política intra-grupos; e (2) porque dão suporte para as relações com as instituições necessárias para reivindicações de causas coletivas (capital social emancipatório), tanto pela confiança quanto pela participação política fora das comunidades que pertencem.

5.2 CAPITAL SOCIAL EMANCIPATÓRIO

O potencial de capital social emancipatório fortalece as reivindicações por causas comuns, pois está relacionado com a potencialidade dos cidadãos de se conscientizarem dos problemas enfrentados em suas comunidades e se engajarem na busca de soluções coletivas (BAQUERO, 2013). Com isso, ultrapassar o potencial para a existência efetiva deste tipo de capital social pode garantir um desenvolvimento social e econômico em prol do bem coletivo das comunidades.

Objetivando examinar este tipo de capital social, o Gráfico 27 apresenta os dados relativos aos níveis de confiança institucional de caráter emancipatório dos jovens. Já os Gráficos 28 e 29 analisam os dados de participação em nível atitudinal e comportamental de caráter emancipatório.

Gráfico 27 – Confiança institucional emancipatória (confia) (%)¹⁷³



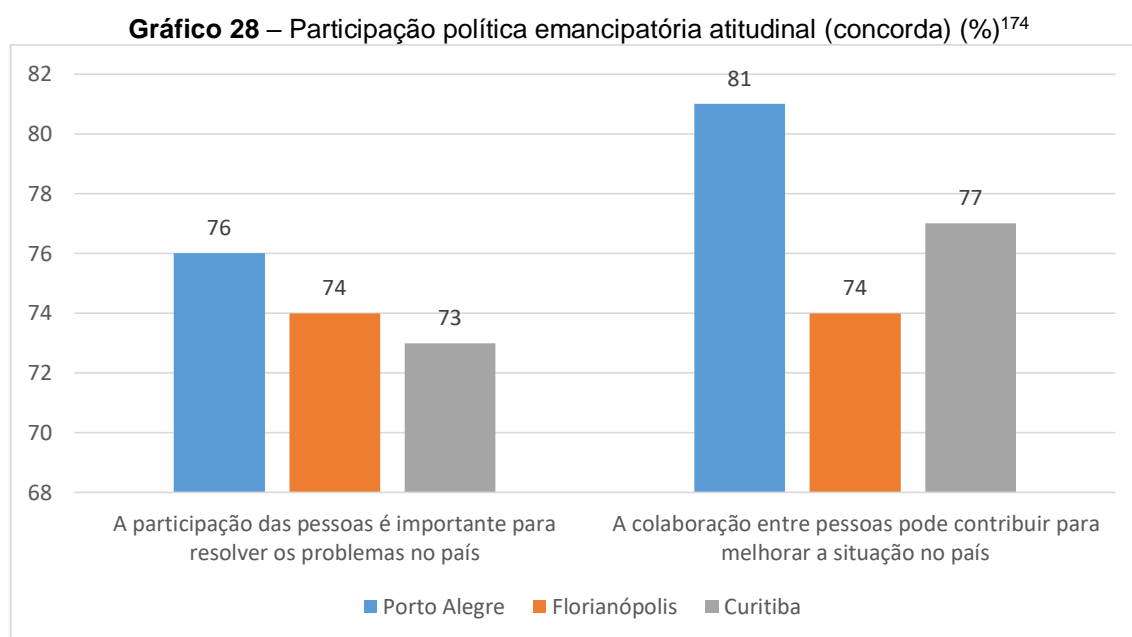
n POA= 651; n FLO= 547; n CUR= 749

Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Os dados do Gráfico 27 indicam que existe pouca confiança dos jovens em relação às instituições políticas externas as comunidades locais. Das instituições apresentadas, o judiciário apresenta uma média um pouco mais elevada, com 12% (11% em Porto Alegre, 10% em Florianópolis e 15% em Curitiba), enquanto as demais instituições, partidos políticos, presidente e governo federal, apresentam médias inferiores a 3%. Tais dados vão ao encontro dos resultados apresentados por Moisés (2010 e 2013) e Baquero (2011 e 2013), de que existe no Brasil uma desconfiança generalizada nas instituições políticas, ampliando esta constatação também para os jovens do Sul do país. Também é importante destacar que em 2002, em Porto Alegre, 4% dos jovens confiavam nos partidos políticos (NUPESAL, 2002), isso indica, para além da permanência generalizada da desconfiança, uma queda de 3% na confiança partidária entre os jovens de Porto Alegre.

¹⁷³ Questões do *survey*. Em relação às instituições que estão listadas abaixo, você confia nelas: (1) Partidos Políticos; (2) Judiciário; (3) Presidente; (4) Governo Federal.

Esses resultados podem ser atribuídos a percepção de corrupção nas instituições políticas, conforme apresentado no Gráfico 18 do quarto capítulo, e dos sentimentos negativos em relação à política e ao país, nos Gráficos 14 e 15. Some-se a isso o sentimento dos brasileiros sobre a instabilidade econômica e política que estão marcando o contexto do país desde as eleições presidenciais de 2014. Mesmo com altos índices de desconfiança institucional, os jovens, quando em busca de um bem coletivo, em especial no momento atual do Brasil, podem fazer suas reivindicações através da participação. Os gráficos 28 e 29 apresentam a porcentagem de participação dos jovens, em nível atitudinal e comportamental, respectivamente.



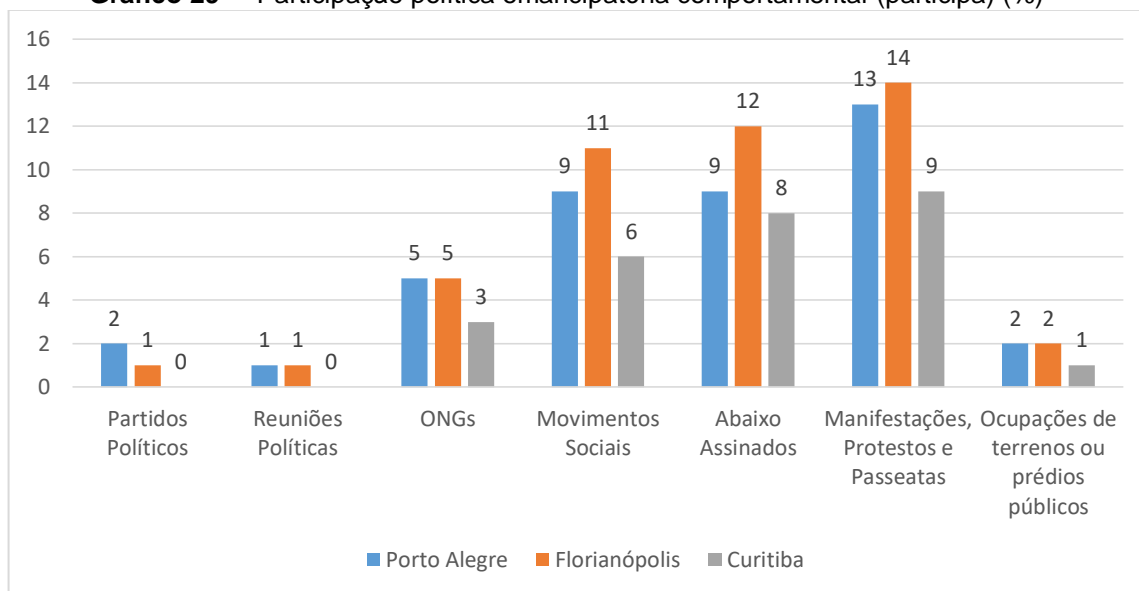
n POA= 660; n FLO= 556; n CUR= 756
 Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Os dados do Gráfico 28 indicam que existe um potencial latente de capital social emancipatório, visto que, assim como no capital encapsulado, em nível atitudinal os

¹⁷⁴ Questões do *survey*: Das afirmações abaixo, gostaríamos de saber se você concorda: (1) A participação das pessoas é importante para resolver os problemas no país; (2) A colaboração entre pessoas pode contribuir para melhorar a situação no país.

jovens creem que a participação e a colaboração entre as pessoas são indispensáveis para melhorar a situação do Brasil. Em média, 74% dos jovens (76% em Porto Alegre, 74 em Florianópolis e 73% em Curitiba) concordam que a participação das pessoas é importante para resolver os problemas no país, enquanto que na média 77% (81% em Porto Alegre, 74% em Florianópolis e 77% em Curitiba) concordam que a colaboração entre as pessoas pode contribuir para melhorar a situação no país. Para verificar se este potencial é capaz de ser expandido para a constituição de um capital social de caráter emancipatório, o Gráfico 29 apresenta os dados de participação, em nível comportamental. Quando comparado com os dados de 2005 em Curitiba, quando 76% dos jovens concordavam que a participação resolve os problemas do país (NAZZARI, 2005), percebe uma diminuição de 3% com Curitiba, em 2016.

Gráfico 29 – Participação política emancipatória comportamental (participa) (%)¹⁷⁵



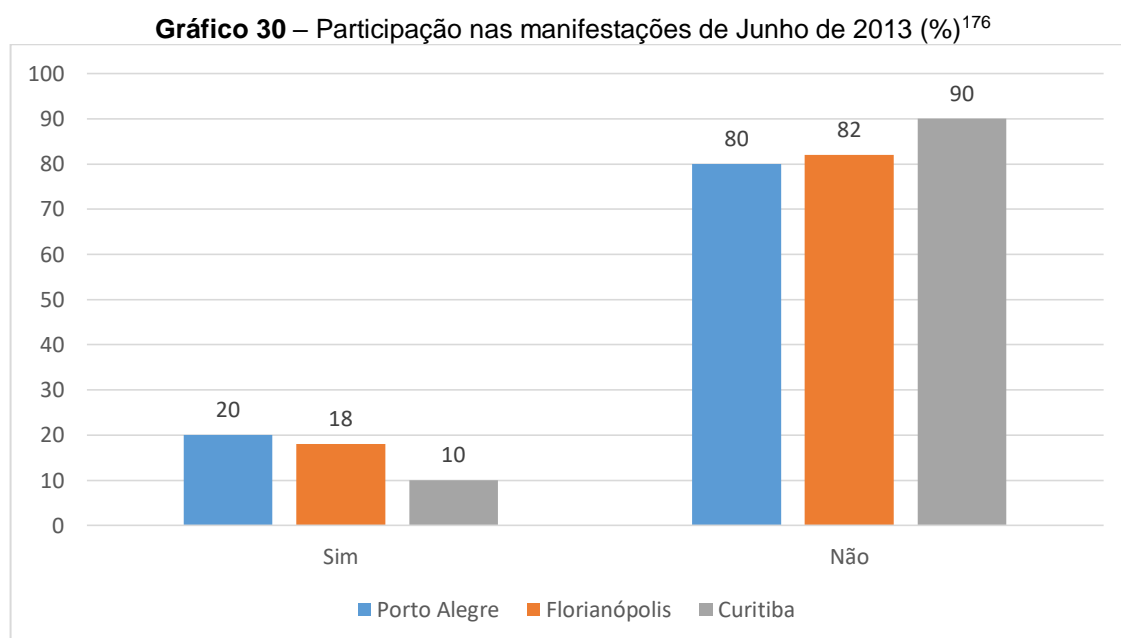
n POA= 645; n FLO= 544; n CUR= 732

Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

¹⁷⁵ Questões do *survey*: Você costuma participar de: (1) Partidos Políticos; (2) Reuniões Políticas; (3) ONGs; (4) Movimentos Sociais; (5) Abaixo Assinados; (6) Manifestações, protestos e passeatas; (6) Ocupações de terrenos ou prédios públicos.

As formas convencionais de participação apresentam baixa participação. Os movimentos sociais e as ONGs apresentam uma média um pouco maior (9% e 4%, respectivamente) do que os partidos políticos e reuniões políticas (1% e 1%), o que representa uma média de 4% de participação convencional dos jovens do Sul do país. Apesar da participação não convencional ser um pouco maior, ela não apresenta altas médias: 10% em abaixo assinados (9% em Porto Alegre, 12% em Florianópolis e 8% em Curitiba), 12% em manifestações, protestos e passeatas (13% em Porto Alegre, 14% em Florianópolis e 9% em Curitiba) e 2% em ocupações de terrenos ou prédios públicos (2% em Porto Alegre, 2% em Florianópolis e 1% em Curitiba).

Depois das manifestações de Junho de 2013, no Brasil, muitos debates atribuíram essa mobilização ao uso da internet, argumentando que tais manifestações políticas foram possíveis pelo advento da internet. Por este motivo, o Gráfico 30 apresenta a participação dos jovens nesses eventos.



n POA= 641; n FLO= 536; n CUR= 708
 Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

¹⁷⁶ Questão do *survey*: Em 2013, muitos jovens foram às ruas para fazerem manifestações sobre assuntos relacionados ao Brasil. Você participou destas manifestações?

Como se percebe, no Gráfico 30, os jovens entrevistados também não apresentaram grandes níveis de participação nas manifestações de 2013, com média de 16% (20% em Porto Alegre, 18% em Florianópolis e 10% em Curitiba). Ou seja, não houve significativa adesão dos jovens do Sul do país nas manifestações de Junho de 2013. No entanto, confirmando o consenso na opinião pública brasileira de que tais atos foram estimulados e proporcionados pela internet, os dados examinados na Tabela 6 indicam que, dos jovens do Sul do país que participaram das manifestações de Junho de 2013, em média 52% confirmam que a internet foi a instituição que mais influenciou na decisão de participar (52% em Porto Alegre, 54% em Florianópolis e 51% em Curitiba). Apesar de se verificar a influência da internet, não se pode afirmar que ela foi capaz de mobilizar os jovens, visto que apenas 16% dos jovens entrevistados participaram. Ou seja, a internet não foi capaz de mobilizar a juventude na magnitude que o senso comum vem afirmando.

Além disso, estes eventos parecem ser episódicos no Brasil, motivados por elementos conjunturais e não pelo grande fluxo de informações políticas da internet, visto que em 2013 os eventos que começaram em março, na cidade de Porto Alegre pelo valor das passagens do transporte coletivo, perderam força logo no início da Copa do Mundo, sediada no Brasil. Após as eleições presidenciais de 2014, as manifestações voltaram a acontecer, motivadas por um descontentamento da oposição com a permanência do PT no governo, gerando neste momento uma divisão entre os manifestantes a favor do governo e contra o governo de Dilma Rousseff. Com o impedimento de Dilma, as manifestações diminuíram significativamente em todo país, ressurgindo com as atuais propostas do presidente Michel Temer que envolvem mudanças no ensino médio e teto de gastos públicos nos próximos 20 anos. Ou seja, a conjuntura atual está mobilizando as manifestações e a internet é apenas uma ferramenta que facilita a divulgação dos eventos.

Percebe-se, que mesmo com o advento da internet, os níveis de confiança institucional e participação política comportamental, tanto no capital social encapsulado quanto no emancipatório, permanecem com baixos níveis. Isso indica

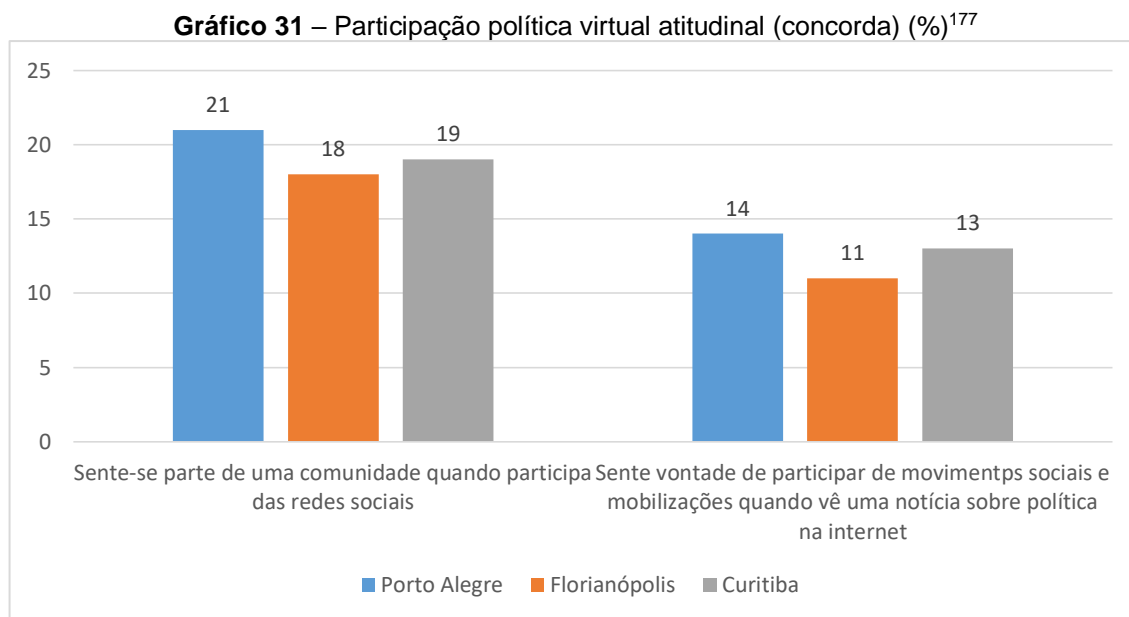
que a internet não está sendo capaz de mobilizar os jovens, como os pesquisadores da teoria da mobilização argumentam. A internet, no caso brasileiro, não tem um efeito positivo nem negativo, nesses dois tipos de capital social, mas sim um efeito que corrobora para manutenção nos níveis de capital social das gerações anteriores, assim como para a permanência de uma determinada cultura política. Apesar de verificar-se no terceiro capítulo que os valores e as crenças estão sendo socializados de forma híbrida, tanto pelos agentes tradicionais quanto pela internet, não se verifica uma alteração no quadro da cultura política e do capital social encapsulado e emancipatório dos jovens entrevistados. No entanto, sugere-se que pode estar surgindo um novo tipo de capital social, o virtual, que a curto e médio prazo, pode transpor para o mundo *offline*.

5.3 CAPITAL SOCIAL VIRTUAL

O capital social virtual pode fortalecer tanto a comunidade quanto as reivindicações pelo bem coletivo, pois ao estimular atitudes e comportamentos democráticos no meio *online* pode dar o suporte para que sejam repetidas no mundo real. Por isso, para compreender os efeitos do uso da internet na realidade *offline*, é necessário verificar como os jovens estão reagindo às novas formas de interação social e às novas possibilidades de participação política proporcionadas pela internet. Pois se os jovens não constituírem capital social na internet, dificilmente essa seria capaz de aumentar o capital social *offline*.

Apesar de, em média, 90% dos jovens confiarem na internet e 86% confiarem nas informações políticas veiculadas na internet (Gráfico 7), há uma baixa confiança interpessoal em relação a lista de contatos das redes sociais, com média de 5% de confiança (4% em Porto Alegre, 7% em Florianópolis e 5% em Curitiba). Isso demonstra que os jovens não estão criando laços fortes em suas redes de contatos pela internet. Os Gráficos 31 e 32 mostram os dados relativos a participação política estimulada ou desenvolvida no mundo virtual, em nível atitudinal e comportamental, respectivamente, visto que, em média, 57% dos jovens concordam que as redes

sociais podem ser instrumento de participação política (59% em Porto Alegre, 56% em Florianópolis e 56% em Curitiba).

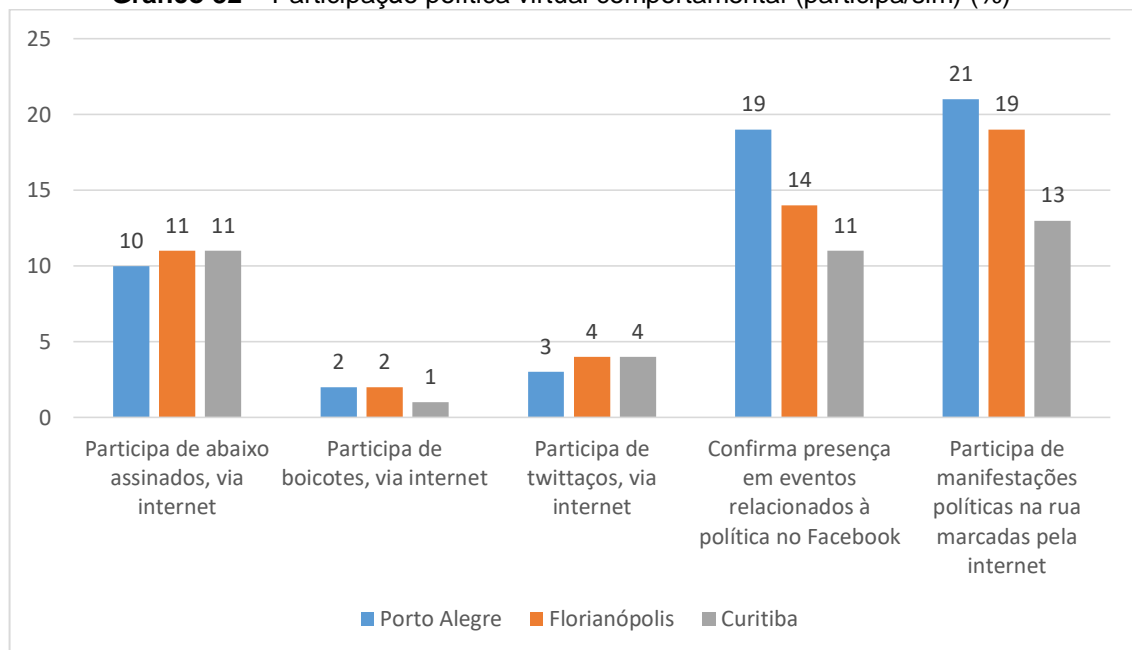


n POA= 599; n FLO= 503; n CUR= 670
Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Diferente dos níveis de participação política atitudinal apresentados no capital social encapsulado e emancipatório, os jovens apresentam baixos níveis de participação atitudinal no mundo virtual. Em média, 19% dos jovens entrevistados sentem-se parte de uma comunidade quando participam das redes sociais (21% em Porto Alegre, 18% em Florianópolis e 19% em Curitiba) e 13% sentem vontade de participar de movimentos sociais e mobilizações quando assistem uma notícia sobre política na internet (14% em Porto Alegre, 11% em Florianópolis e 13% em Curitiba). Ou seja, a internet não está estimulando os jovens a se sentirem parte de uma comunidade e não está mobilizando estes jovens a participarem.

¹⁷⁷ Questões do *survey*: Qual a sua opinião sobre as seguintes afirmações: (1) Sinto que sou parte de uma comunidade quando participo das Redes Sociais; (2) Quando vejo uma notícia sobre política na internet sinto vontade de participar de movimentos sociais ou mobilizações.

Gráfico 32 – Participação política virtual comportamental (participa/sim) (%)¹⁷⁸



n POA= 599; n FLO= 503; n CUR= 670
Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Conforme os dados do Gráfico 32, percebe-se que a internet não está mobilizando os jovens a participarem, nem *offline* e nem *online*. Na participação via internet, tem-se uma média de 8% de participação, sendo que 15% dos jovens entrevistados tendem a confirmar presença em eventos relacionados à política no Facebook (19% em Porto Alegre, 14% em Florianópolis e 11% em Curitiba), 11% a participarem de abaixo assinados *online* (10% em Porto Alegre, 11% em Florianópolis e 11% em Curitiba), 4% de twittaços (3% em Porto Alegre, 4% em Florianópolis e 4% em Curitiba) e 2% de boicotes *online* (2% em Porto Alegre, 2% em Florianópolis e 1% em Curitiba). Ao comparar a participação em abaixo assinados *online* (11%) e *offline* (10%, conforme o Gráfico 28), constata-se que não existe um aumento no meio virtual. Isso pode ser justificado pela falta de clareza no *survey*, de que a participação em abaixo assinados (apresentada no Gráfico 28) era de forma *offline*, o que pode ter

¹⁷⁸ Questões do *survey*: (1) Você participa de mobilizações políticas via Internet, como abaixo assinado; (2) Você participa de mobilizações políticas via Internet, como boicotes; (3) Você participa de mobilizações políticas via Internet, como twittaços; (4) Você confirma presença em eventos relacionados à política no Facebook; (5) Você já participou de manifestações políticas na rua marcadas pela internet.

gerado porcentagens semelhantes por terem compreendido em ambas as questões a possibilidade *online* de abaixo assinados. No entanto, mesmo considerando esta possibilidade, deve-se destacar que a internet facilita o acesso a numerosos tipos de abaixo assinados e nem com isso aumenta a participação dos jovens neste tipo de participação não-convencional.

Em relação a participação em manifestações, em média, apenas 18% dos jovens do Sul do país confirmam que estas foram marcadas pela internet (21% em Porto Alegre, 19% em Florianópolis e 13% em Curitiba). Isso evidencia novamente que a internet não está sendo capaz de mobilizar os jovens a participarem politicamente, nem mesmo no contexto político atual do país, no qual estão acontecendo diversos tipos de manifestações. Com estes dados a respeito do capital social virtual, constata-se que, no Sul do Brasil, existe um reduzido nível entre os jovens. Uma vez que a internet não consegue constituir níveis relevantes de capital social virtual, é possível afirmar que dificilmente, em curto e médio prazo, a internet, como agente socializador, seja responsável por aumentar os níveis de capital social.

Pelas descrições realizadas é possível argumentar que o advento da internet não está afetando os níveis de capital social encapsulado e emancipatório observados no Brasil em gerações anteriores, nem promovendo capital social virtual. Ou seja, o advento da internet parece estar colaborando para manutenção dos níveis existentes de capital social. No entanto, para testar a hipótese de quanto maior o uso da internet menor os níveis de capital social, é realizado a seguir uma análise dos efeitos do tempo de uso da internet nos níveis de capital social dos jovens.

5.4 OS EFEITOS DO USO DA INTERNET NA CONSTITUIÇÃO DE CAPITAL SOCIAL JUVENIL

Mesmo com os avanços nas tecnologias de informação e comunicação, que impactaram significativamente a política e a sociedade (LÉVY, 2000; CASTELLS, 2003; GOMES e MAIA, 2008; PARMELEE e BICHARD, 2011; BLUMLER e GUREVITCH, 2001; SILVEIRA, BRAGA e PENTEADO, 2014; HARVEY, 1992;

GIBSON e WARD, 2000; GIBSON, NIXON e WARD, 2003; BRAGA, NICOLAS e CRUZ, 2010; GOMES *et al.*, 2009; MARQUES e SAMPAIO, 2011; WILLIAMS e TEDESCO, 2006; NORRIS, 2000; RECUERO; 2009; PUTNAM, 2015), não se percebe, conforme as descrições realizadas, uma alteração na cultura política e nos níveis de capital social entre os jovens, seja positiva ou negativa. Porém, para testar a hipótese proposta nessa tese, são apresentados a seguir cruzamentos entre o tempo de uso da internet e os níveis de capital social.

Para analisar o impacto no capital social, são feitos índices a partir das variáveis: confiança interpessoal, confiança institucional, participação política atitudinal e participação política comportamental. A construção dos índices é feita através da técnica de análise fatorial¹⁷⁹, que permite verificar a correlação entre as variáveis descritas, aglutinando em torno dos conceitos teóricos. As Tabelas 11, 12, 13 e 14 mostram as correlações.

Tabela 11 – Análise fatorial Confiança Interpessoal

	Porto Alegre		Florianópolis		Curitiba	
	CIF ¹⁸⁰	CIG ¹⁸¹	CIF	CIG	CIF	CIG
Confiança nos pais	,820		,864		,893	
Confiança nos familiares	,770		,781		,722	
Confiança nos vizinhos		,550		,643		,694
Confiança nos colegas de aula		,718		,730		,759
Confiança nos contatos das redes sociais		,766		,786		,732
Confiança nos amigos		,599		,580		,520
Confiança nos professores		,558		,581		,626

Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

As variáveis de confiança interpessoal se aglutinaram em dois fatores: (1) confiança interpessoal familiar e (2) confiança interpessoal em grupos. A confiança interpessoal familiar compreende os níveis de confiança nos pais e familiares, que

¹⁷⁹ A análise fatorial é realizada através da técnica de rotação varimax, método de rotação ortogonal que minimiza o número de variáveis que terá cada agrupamento, sendo aglutinadas em torno dos conceitos teóricos. Utiliza-se, conforma sugere Stevens (1992), o peso de .40 como critério de exclusão dos fatores produzidos.

¹⁸⁰ Confiança interpessoal familiar.

¹⁸¹ Confiança interpessoal em grupos.

compõem as relações primárias de socialização política dos jovens. Enquanto a confiança interpessoal em grupos é composta pelos grupos de representam as relações secundárias da socialização política: vizinhos, colegas de aula, contatos das redes sociais, amigos e professores. Não se verificando uma diferença entre confiança interpessoal encapsulada e virtual, pois a confiança nos contatos das redes sociais está correlacionada com os demais grupos externos à família.

Tabela 12 – Análise Fatorial Confiança Institucional

	Porto Alegre			Florianópolis			Curitiba		
	CII ¹⁸²	CIC ¹⁸³	CIP ¹⁸⁴	CII	CIC	CIP	CII	CIC	CIP
Confiança na Igrejas	,949			,975			,997		
Confiança nos Partidos Políticos			,771			,764			,758
Confiança no Judiciário			,576			,515			,575
Confiança no Presidente			,825			,819			,849
Confiança no Governo Federal (Ministros)			,818			,825			,846
Confiança na Escola		,670			,747			,736	
Confiança nos Movimentos Estudantis		,833			,847			,877	
Confiança no Conselho Escolar		,819			,828			,873	
Confiança no Grêmio Estudantil da escola		,803			,750			,815	
Confiança nas Associações Comunitárias		,708			,707			,729	

Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

As variáveis de confiança institucional dos jovens entrevistados aglutinaram-se em três fatores: (1) confiança institucional na igreja, (2) confiança institucional comunitária e (3) confiança institucional política. Os dois primeiros grupos estão relacionados ao capital social encapsulado, fazendo uma distinção entre a igreja e as instituições relacionadas à escola e ao bairro. Enquanto o terceiro grupo está relacionado com o capital social emancipatório, aglutinando as instituições políticas fora da comunidade do jovem.

¹⁸² Confiança institucional na igreja.

¹⁸³ Confiança institucional comunitária.

¹⁸⁴ Confiança institucional política.

Tabela 13 – Análise Fatorial Participação Política Atitudinal¹⁸⁵

	Porto Alegre		Florianópolis		Curitiba	
	PPOn ¹⁸⁶	PPOff ¹⁸⁷	PPOn	PPOff	PPOn	PPOff
A participação das pessoas é importante para resolver os problemas no país.	,810		,808		,825	
A colaboração entre pessoas pode contribuir para melhorar a situação no país.	,821		,830		,802	
A participação em um projeto de sua escola é importante mesmo que não lhe beneficie diretamente	,596		,646		,585	
Sinto que sou parte de uma comunidade quando participo das Redes Sociais.		,796		,785		,778
Quando vejo uma notícia sobre política na internet sinto vontade de participar de movimentos sociais ou mobilizações.		,718		,794		,765

Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

A análise fatorial das variáveis de participação política atitudinal revelou dois grupos: (1) participação política atitudinal *offline* e (2) participação política atitudinal *online*. O primeiro grupo compreende tanto questões de capital social encapsulado quanto de capital social emancipatório, sobre a importância da participação e colaboração das pessoas para resolver o problema do país ou melhorar a escola. O segundo grupo de variáveis está relacionado com o capital social virtual, no sentido de o jovem sentir-se parte de uma comunidade ou querer participar de mobilizações e movimentos sociais quando acompanha a internet.

¹⁸⁵ As questões “Os alunos deveriam participar mais das decisões tomadas na escola” e “Considera importante estudantes participarem de organizações estudantis”, analisadas como participação política atitudinal encapsulada, não entraram na análise fatorial, pois são codificadas de forma diferente das demais questões.

¹⁸⁶ Participação política atitudinal *online*.

¹⁸⁷ Participação política atitudinal *offline*.

Tabela 14 – Análise Fatorial Participação Política Comportamental¹⁸⁸

	Porto Alegre		Florianópolis		Curitiba	
	PPC ¹⁸⁹	PPNC ¹⁹⁰	PPC	PPNC	PP1 ¹⁹¹	PP3 ¹⁹²
Participar de Partidos Políticos		,679		,575		,807
Participar de Reuniões Políticas		,738		,709		,661
Participar de Associações Comunitárias		,653		,549	,547	
Participar de Atividades religiosas		,358		,485	,474	
Participar de Organizações Não Governamentais (ONGs)		,563		,568	,533	
Participar de Abaixo assinados	,687		,643		,727	
Participar de Manifestações, protestos, passeatas	,729		,683		,688	
Participar de Ocupações de terrenos ou prédios públicos	,355		,249			,651
Participar de Movimentos Sociais	,622		,743		,635	
Participar de Atividades no bairro	,434		,534		,592	
Participa de mobilizações políticas via Internet, como abaixo assinados	,755		,683		,628	
Participa de mobilizações políticas via Internet, como boicotes	,519		,586			,343
Participa de mobilizações políticas via Internet, como twittaços	,600		,493		,498	

Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

A análise fatorial das variáveis de participação política comportamental distinguiu dois grupos para as três cidades. Em Porto Alegre e Florianópolis, independentemente do tipo de capital social, as variáveis de agruparam em dois fatores de forma similar: (1) participação política comportamental convencional e (2) não convencional. O primeiro grupo compreende as variáveis de participação em instituições tradicionais, enquanto no segundo estão as atividades como petições, protestos e boicotes *online* e *offline*.

Em Curitiba, as variáveis se agruparam de forma diferente das outras cidades, misturando a participação em instituições tradicionais com as não tradicionais, bem

¹⁸⁸ As questões “Você confirma presença em eventos relacionados à política no Facebook”, “Você já participou de manifestações políticas na rua marcadas pela internet” e “Você participa de atividades da escola”, as duas primeiras analisadas como participação política comportamental virtual e a última como encapsulada, não entraram na análise fatorial, pois são codificadas de forma diferente das demais questões.

¹⁸⁹ Participação política comportamental convencional.

¹⁹⁰ Participação política comportamental não convencional.

¹⁹¹ Participação política comportamental inferior a 1%.

¹⁹² Participação política comportamental superior a 3%.

como participação virtual e não virtual. Retomando a participação dos jovens de Curitiba nessas instituições, apresentada anteriormente, percebe-se que os fatores criados estão diferenciando as (1) participações em instituições com 1% ou 0% (partidos políticos, 0%; reuniões comunitárias, 0%; ocupações de terrenos ou prédios públicos, 1%; boicotes via internet, 1%) das (2) participações em instituições a partir de 3% (associações comunitárias, 3%; atividades religiosas, 28%; atividades de bairro, 8%; ONGs, 3%; movimentos sociais, 6%; abaixo assinados, 8%, manifestações, protestos e passeatas, 9%; abaixo assinados via internet, 11%; twittaços via internet, 4%).

As análises fatoriais possibilitaram a construção dos seguintes índices para analisar o capital social¹⁹³: (1) confiança interpessoal familiar; (2) confiança interpessoal em grupos; (3) confiança institucional na igreja; (4) confiança institucional comunitária; (5) confiança institucional política; (6) participação política atitudinal *offline*; (7) participação política atitudinal *online*; (8) participação política comportamental convencional (nos casos de Porto Alegre e Florianópolis); (9) participação política comportamental não convencional (nos casos de Porto Alegre e Florianópolis); (10) participação política comportamental inferior a 1% (no caso de Curitiba); (11) participação política comportamental superior a 3% (no caso de Curitiba).

Para testar a hipótese de “quanto maior o uso da internet menor os níveis de capital social encapsulado, capital social emancipatório e capital social virtual dos jovens estudantes no Sul do Brasil”, são apresentados a seguir os cruzamentos entre o tempo de uso da internet e os índices de capital social (Tabela 15).

¹⁹³ As variáveis de confiança, que originalmente eram codificadas 1 = Confio, 2 = Confio mais ou menos e 3 = Não confio, passaram a ser codificadas como 0 = Não confio, 0,50 = Confio mais ou menos e 1 = Confio. As combinações entre as confianças dentro de cada índice geraram uma escala de 0 a 1, que foi novamente recodificada da seguinte forma: 0 a 0,33 = 0 (Baixa), 0,34 a 0,66 = 0,50 (Média) e 0,67 a 1 = 1 (Alta).. As variáveis de participação que originalmente eram codificadas 1 = Participo, 2 = Já participei e 3 = Não participo, passaram a ser codificadas como 0 = Não participo, 0,50 = Já participei e 1 = Participo. As combinações entre as participações dentro de cada índice geraram uma escala de 0 a 1, que foi novamente recodificada da seguinte forma: 0 a 0,33 = 0 (Baixa), 0,34 a 0,66 = 0,50 (Média) e 0,67 a 1 = 1 (Alta).

Tabela 15 – Tempo de uso da internet x capital social

	Confiança interpessoal familiar*¹									Total
	Porto Alegre			Florianópolis			Curitiba			
	B¹⁹⁴	M¹⁹⁵	A¹⁹⁶	B	M	A	B	M	A	
Até 3h	5	6	89	4	4	92	6	8	86	100
De 3h a 5h	1	11	88	6	6	88	2	7	91	100
Mais de 5h	4	8	88	6	6	88	5	8	87	100
	Confiança interpessoal em grupos*²									
Até 3h	23	51	26	22	49	29	33	50	17	100
De 3h a 5h	7	61	32	20	51	29	23	50	27	100
Mais de 5h	17	54	29	26	50	24	27	53	20	100
	Confiança institucional na igreja*³									
Até 3h	41	31	27	38	33	29	24	33	43	100
De 3h a 5h	55	25	20	46	36	18	25	35	40	100
Mais de 5h	50	35	15	49	32	19	21	31	48	100
	Confiança institucional comunitária *⁴									
Até 3h	24	37	39	23	42	35	22	32	46	100
De 3h a 5h	14	40	46	19	41	40	19	44	37	100
Mais de 5h	21	42	37	26	44	30	25	43	32	100
	Confiança institucional política *⁵									
Até 3h	65	33	2	68	31	1	72	27	1	100
De 3h a 5h	65	33	2	65	34	1	58	41	1	100
Mais de 5h	61	37	2	71	28	1	71	28	1	100
	Participação política atitudinal <i>offline</i>*⁶									
Até 3h	1	20	79	3	27	70	2	29	69	100
De 3h a 5h	1	22	77	2	21	77	2	22	76	100
Mais de 5h	2	23	75	1	26	73	1	24	75	100
	Participação política atitudinal <i>online</i>*⁷									
Até 3h	53	31	16	57	27	16	61	25	14	100
De 3h a 5h	43	35	22	45	35	20	50	36	14	100
Mais de 5h	46	34	20	56	29	15	51	28	21	100
	Participação política comportamental convencional*⁸						Participação política comportamental inferior a 1%*⁸			
Até 3h	85	15	0	84	15	1	75	23	2	100
De 3h a 5h	97	3	0	85	13	2	71	29	0	100
Mais de 5h	91	9	0	92	8	0	72	26	2	100

¹⁹⁴ Baixa.

¹⁹⁵ Média.

¹⁹⁶ Alta.

	Participação política comportamental não convencional* ⁹						Participação política comportamental superior a 3%* ⁹			
Até 3h	90	9	1	82	16	2	99	1	0	100
De 3h a 5h	80	18	2	74	23	3	97	3	0	100
Mais de 5h	83	15	2	82	16	2	99	1	0	100

*¹n POA = 650; n FLO= 534; n CUR= 724 / r POA= 0,258; r FLO= 0,752; r CUR= 0,515

*²n POA = 634; n FLO= 523; n CUR= 713 / r POA= 0,019; r FLO= 0,611; r CUR= 0,121

*³n POA = 652; n FLO= 539; n CUR= 735 / r POA= 0,002; r FLO= 0,133; r CUR= 0,558

*⁴n POA = 639; n FLO= 500; n CUR= 662 / r POA= 0,864; r FLO= 0,457; r CUR= 0,033

*⁵n POA = 601; n FLO= 534; n CUR= 712 / r POA= 0,249; r FLO= 0,797; r CUR= 0,057

*⁶n POA = 628; n FLO= 521; n CUR= 706 / r POA= 0,684; r FLO= 0,455; r CUR= 0,671

*⁷n POA = 606; n FLO= 527; n CUR= 698 / r POA= 0,439; r FLO= 0,462; r CUR= 0,039

*⁸n POA = 558; n FLO= 460; n CUR= 635 / r POA= 0,045; r FLO= 0,065; r CUR= 0,590

*⁹n POA = 570; n FLO= 504; n CUR= 662 / r POA= 0,126; r FLO= 0,600; r CUR= 0,424

Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

De forma geral, os dados da Tabela 15 não indicam uma relação entre o maior uso da internet e o aumento ou diminuição dos níveis de capital social, visto que independentemente do tempo de uso da internet as porcentagens se distribuem de forma similar nos níveis de capital social. Na confiança interpessoal familiar percebe-se um alto nível de confiança tanto entre os jovens que acessam menos de três horas quanto os que acessam mais. A confiança nos membros da família não é afetada pelo tempo de uso da internet, demonstrando que a família é o agente socializador com maior influência na formação dos jovens. No entanto, é importante ressaltar que em Porto Alegre e Curitiba os jovens que apresentam níveis mais altos de confiança (somando a média com a alta confiança) estão entre os que usam a internet de 3h a 5h por dia, enquanto em Florianópolis estão entre os que usam menos de 3h por dia. Indicando que o uso moderado da internet estimula uma maior confiança familiar.

Em relação à confiança interpessoal em grupos, os jovens entrevistados apresentam confiança média nas três opções de tempo de uso da internet. Percebe-se que nas três cidades os jovens que usam a internet entre 3h e 5h por dia são os jovens que apresentam níveis de confiança mais altos (somando a média com a alta confiança).

Conforme os dados da confiança institucional na igreja, os jovens entrevistados de Porto Alegre e Florianópolis apresentam baixa confiança e os de Curitiba alta

confiança. Como explicado anteriormente, acredita-se que isso se deve à colonização de Curitiba, marcada pela chegada de muitas etnias que, com suas diferentes crenças, construíram na cidade muitos santuários religiosos que, hoje, promovem o turismo religioso na região. Apesar das porcentagens se distribuírem de forma similar, em Porto Alegre e Florianópolis, os jovens que usam mais de 3h por dia a internet possuem menor confiança. No caso de Curitiba, os jovens que usam acima de 5h possuem maior confiança.

A confiança institucional comunitária apresenta níveis médios e altos, respectivamente. Assim como na confiança interpessoal em grupos, percebe-se que os jovens com níveis de confiança mais altos (somando a média e a alta), nas três cidades, são os usuários de internet entre 3h e 5h por dia.

Na confiança institucional política, os jovens entrevistados apresentam níveis baixos e médios, respectivamente, de confiança. No caso de Curitiba, nos jovens que usam a internet entre 3h e 5h por dia percebe-se que a diferença entre os níveis baixos e médios diminui um pouco, havendo um aumento nos níveis médios. Porém, novamente, não se pode afirmar que a internet está influenciando diretamente nesses níveis, visto que não existem diferenças notáveis entre o tempo de uso com os níveis de confiança. A confiança na política, conforme Baquero (2013), é fortemente influenciada pela família e, conforme Baquero (2013) e Moisés (2010), com o desempenho das instituições políticas, pois a instabilidade atual e os escândalos de corrupção geram sentimentos de descredibilidade na população.

Em relação à participação política atitudinal *offline*, os níveis de participação dos jovens são altos, independentemente do tempo de uso da internet. Ou seja, os jovens entrevistados apresentam altos níveis de atitudes participativas fora do ambiente virtual. Porém, na participação política atitudinal *online* os jovens apresentam níveis baixos e médios (respectivamente). Em ambas participações políticas atitudinais o tempo de uso da internet não está afetando os níveis de participação, pois assim como as análises anteriores percebe-se que as porcentagens se distribuem de forma similar entre os tempos de uso.

Em Porto Alegre e Florianópolis, os níveis de participação política comportamental convencional e não-convencional são baixos entre os jovens entrevistados. Em Curitiba, os níveis de participação política comportamental inferior a 1% e superior a 3% também se comportam da mesma forma, apresentando baixos níveis de participação. Tais resultados vão ao encontro do que Baquero (2013) explica sobre a cultura política brasileira, de que apesar da população apresentar altos níveis atitudinais de participação política, estes não ultrapassam para a dimensão do comportamento, caracterizando-se assim uma população com baixos níveis de participação política. Os jovens do Sul do Brasil reproduzem esta mesma característica, o que mais uma vez refuta as hipóteses de que os efeitos da internet seriam positivos ou negativos sobre os níveis de capital social, podendo apenas se afirmar que o advento da internet vem colaborando para manutenção de crenças e práticas antigas da cultura política brasileira.

Além desses cruzamentos não apresentarem relação entre o tempo de uso da internet e os níveis de capital social dos jovens no Sul do Brasil, não podendo assim se confirmar a hipótese desta tese de que quando maior o uso da internet, menores os níveis de capital social, os testes de Qui-quadrado reafirmam que a internet não está significativamente associada com estes níveis. Nos seis casos que apresentam significância (Porto Alegre em confiança interpessoal em grupos, confiança institucional na igreja e participação política comportamental convencional; Florianópolis em participação política comportamental convencional; Curitiba em confiança institucional comunitária e participação política atitudinal online) não há significância em nenhum dos índices nas três cidades, sendo uma significância entendida como aleatória, indicando que o tempo de uso da internet não está associado com os níveis de capital social dos jovens entrevistados.

5.5 A RELEVÂNCIA DAS VARIÁVEIS INDIVIDUAIS, DE SOCIALIZAÇÃO E DE CULTURA POLÍTICA NOS NÍVEIS DE CAPITAL SOCIAL

Como visto anteriormente, os níveis de capital social dos jovens do Sul do Brasil continuam similares aos das gerações anteriores. O advento da internet, diferente da postulação dos pessimistas (PATTERSON, 2000; MERVIN, 1998; PUTNAM, 2002; PLATTNER, 2012) e dos otimistas (NORRIS, 1999; NEWTON, 1999; MATOS, 2007 e 2009; RECUERO, 2009; MESQUITA, 2008; DALTON e KITTILSON, 2012; ELLISON, STEINFELD e LAMPE, 2007; SHAH, KWAK e HOLBERT, 2001; SABATINI e SARRACINO, 2014; HOOGHE e OSER, 2015), no caso brasileiro, está colaborando para manutenção tanto do tipo de cultura política apática e desinteressada quanto para os baixos níveis de capital social transmitidos pelas gerações anteriores através da socialização política.

Por isso, nesta seção são analisadas as variáveis de cultura política para verificar a variação da relevância dessas variáveis nos níveis de capital social, através da regressão linear, além das variáveis individuais e de socialização políticas apresentadas no capítulo anterior (Gráfico 3). As variáveis de cultura política compreendem as questões interesse por política, gostam de discussões políticas, define o voto pelo partido do candidato e considera que a opinião da maioria das pessoas é levada em conta no país. O Quadro 8 apresenta as codificações das variáveis independentes e dependentes.

Quadro 8 – Varáveis de cultura política x índices de capital social

Variáveis Independentes	Codificação
Interesse por política	0,00 = Nenhum interesse 0,50 = Pouco 1,00 = Muito
Gosta de assuntos políticos	0,00 = Concorda 0,50 = Concorda em parte 1,00 = Discorda
Define o voto pelo partido do candidato	0,00 = Pessoa do candidato 0,50 = Pessoa e partido do candidato 1,00 = Partido do candidato
Considera que a opinião da maioria das pessoas é levada em conta no país	0,00 = Não 0,50 = Às vezes 1,00 = Sim
Variáveis Dependentes	Codificação
Índices de capital social: confiança interpessoal familiar; confiança interpessoal em grupos; confiança institucional na igreja; confiança institucional comunitária; confiança institucional política; participação política atitudinal <i>offline</i> ; participação política atitudinal <i>online</i> ; participação política comportamental convencional (nos casos de Porto Alegre e Florianópolis); participação política comportamental não convencional (nos casos de Porto Alegre e Florianópolis); participação política comportamental inferior a 1% (no caso de Curitiba); participação política comportamental superior a 3% (no caso de Curitiba).	Baixa = 0,00 Média = 0,50 Alta = 1,00

Fonte: Elaborado pela autora.

Em relação as variáveis individuais, de socialização política e de cultura política a descrição das porcentagens foi feita no capítulo anterior, logo após o Gráfico 8. Sobre as variáveis dependentes, os jovens apresentam alta confiança nos familiares (em média 88%), média confiança nos grupos (em média 54%), média confiança comunitária (em média 40%), baixa confiança política (em média 64%), alta participação política atitudinal *offline* (em média 76%), baixa participação *online* (em média 48%), baixa participação política comportamental convencional (em média 90%), baixa participação política comportamental não convencional (em média 85%), baixa participação inferior a 1% (73%) e baixa participação superior a 3% (99%).

As Tabelas 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23 e 24 apresentam os dados das regressões lineares feitas entre essas variáveis independentes e os índices de capital social identificados na seção anterior.

Tabela 16 – Confiança interpessoal familiar

	POA	FLO	CUR
Idade	,007	,110	-,070
Renda	,194*	,069	,093
Conversa sobre assuntos políticos com pais	-,069	-,058	-,070
Conversa sobre assuntos políticos com familiares	,139	-,025	-,092
Conversa sobre assuntos políticos com amigos	,024	,099	-,135
Conversa sobre assuntos políticos com lista de contatos das redes sociais	-,085	,065	-,122
Conversa sobre assuntos políticos com colegas de escola	-,011	,013	,091
Conversa sobre assuntos políticos com professores	,008	,005	,181*
Horas por dia: assistindo TV	,069	-,195*	-,227*
Horas por dia ouvindo rádio	,037	,086	,088
Horas por dia conectado na internet	-,035	-,068	,036
Dias por semana lendo jornal impresso/revista	,009	-,082	,038
Motivação de uso da TV	,058	,197*	,072
Motivação de uso do rádio	,098	,025	,085
Motivação de uso da internet	-,073	-,159	,058
Motivação de uso do jornal impresso/revista	,002	-,028	,046
Interesse por política	,123	,018	-,175*
Gosta de assuntos políticos	,009	,012	-,114*
Define o voto pelo partido do candidato	,042	-,026	-,043
Considera que a opinião da maioria das pessoas é levada em conta no país	,061	,038	,021

* sig ≤ 0,05

Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Conforme a tabela 16, as variáveis independentes apresentam correlações de fraca a nula com a confiança interpessoal familiar e poucas apresentam significado estatístico (-,114, gosta de assuntos políticos em Curitiba; -,175, interesse por política em Curitiba; -,181, conversa sobre assuntos políticos com professores em Curitiba; -,194, renda em Porto Alegre; -,195, horas por dia assistindo TV em Florianópolis; ,197, motivação do uso da TV em Florianópolis; -,227, horas por dia assistindo TV em Curitiba). Das variáveis individuais, a renda familiar dos jovens está correlacionada com a confiança na família, confirmando que essa variável da estrutura social impacta não só na constituição de cultura política, como visto no capítulo anterior, mas também na confiança com os primeiros agentes socializadores: pais e familiares. Este

resultado indica que famílias com maior renda desenvolvem mais laços de confiança com seus filhos.

Nas variáveis de socialização, as correlações são significativas com os agentes professor e TV (tanto pelas horas assistindo quanto pela motivação de uso). Depois da família, a escola é o segundo espaço de socialização das crianças e dos jovens, onde os professores exercem um papel importante como agente socializador. Nesse sentido, é compreensível que o diálogo com os professores reforce os relacionamentos familiares, impactando diretamente na confiança com esse grupo. No caso da TV, sabe-se que este é o meio de comunicação preferido dos brasileiros (PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIA, 2014) que está cotidianamente em seus lares, pautando suas conversas e entretendo os momentos de lazer da família. Por isso, esta mídia também impacta na confiança familiar dos jovens. No entanto, como a correlação com o tempo de uso é negativa, quanto maior o tempo assistindo TV menor é a confiança interpessoal familiar. Com relação à motivação do uso deste meio, percebe-se que quanto mais o uso for motivado pela informação, mais os jovens confiam no grupo familiar.

A confiança interpessoal familiar também apresentou correlação significativa, porém negativa, com duas variáveis de cultura política: interesse por política e gostar de assuntos políticos. Esse resultado confirma o que já vem sendo debatido ao longo desta tese, de que os valores e crenças estão sendo transmitidos de geração para geração, reforçando os traços da cultura política de gerações anteriores. Os dados da Tabela 16 apontam que quanto maior o interesse e o gosto por assuntos políticos, menor é a confiança interpessoal familiar. Este resultado vai ao encontro dos dados apresentados nesta tese, visto que a maioria dos jovens não demonstra interesse por política, porém apresentam altos níveis de confiança interpessoal.

Tabela 17 – Confiança interpessoal em grupos

	POA	FLO	CUR
Idade	-,177*	,034	-,148*
Renda	,135	,030	,099
Conversa sobre assuntos políticos com pais	-,007	,001	,016
Conversa sobre assuntos políticos com familiares	,140	-,107	,014
Conversa sobre assuntos políticos com amigos	,032	,069	-,083
Conversa sobre assuntos políticos com lista de contatos das redes sociais	-,191*	-,081	-,124
Conversa sobre assuntos políticos com colegas de escola	,079	,026	-,002
Conversa sobre assuntos políticos com professores	-,003	-,162*	,050
Horas por dia: assistindo TV	,052	,017	,049
Horas por dia ouvindo rádio	,016	-,044	-,132
Horas por dia conectado na internet	-,027	-,046	-,014
Dias por semana lendo jornal impresso/revista	,093	-,091	,043
Motivação de uso da TV	-,092	-,050	,050
Motivação de uso do rádio	,000	-,201*	,023
Motivação de uso da internet	,065	-,032	,072
Motivação de uso do jornal impresso/revista	-,020	-,129	,045
Interesse por política	,078	,120	-,081
Gosta de assuntos políticos	,080	,121	,030
Define o voto pelo partido do candidato	-,062	-,034	-,099
Considera que a opinião da maioria das pessoas é levada em conta no país	,039	,080	,207*

* sig ≤ 0,05

Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

A confiança interpessoal em grupo também apresenta correlações de fraca a nula com as variáveis individuais, nas quais poucas apresentam significado estatístico (-,148, idade em Curitiba; -,162, conversa sobre assuntos políticos com professores em Florianópolis; -,177, idade em Porto Alegre; -,191, conversa sobre assuntos políticos com a lista de contatos das redes sociais em Porto Alegre; ,202, considera que a opinião da maioria das pessoas é levada em conta no país em Curitiba). Os dados da Tabela 19 apontam que os jovens mais velhos possuem menos confiança nos grupos, acredita-se que isso ocorre pela experiência do indivíduo com os grupos, podendo assim fazer sua própria avaliação e desenvolver ou não mais confiança.

Os professores e a lista de contatos das redes sociais também apresentam uma reação de interdependência negativa com a confiança interpessoal em grupos. Com isso, percebe-se a influência que a escola, representada pelo professor, tem na socialização política dos jovens, e, que apesar do advento da internet, ela continua estando entre os primeiros agentes de transmissão de valores e crença, conforme afirmam Jennings e Niemi (1974) e Ehman (1980). A correlação com significância estatística negativa com a lista de contatos das redes sociais respalda o debate sobre as relações *online* estarem impactando no capital social (PUTNAM, 2015; NORRIS, 2003; RECUERO, 2009), além disso sugere que a ação da internet não está em seus conteúdos e abrangência, mas sim nas possibilidades de interações com diversas pessoas. E dos meios de comunicação, o rádio é o agente socializador correlacionado com a confiança interpessoal em grupos, revelando que, mesmo uma mídia pouco utilizada pelos jovens (com média de 1h por dia, conforme o Gráfico 1), também influencia nos níveis de confiança, visto que os que ouvem o rádio motivados mais pela busca de informação tendem a confiar menos na família.

Das variáveis de cultura política, a confiança interpessoal em grupos esta significativamente correlacionada com a variável “considera que a opinião da maioria das pessoas é levada em conta no país”. Apontando que quando os jovens percebem que a voz das pessoas é ouvida eles tendem a confiar mais nos grupos dos quais participa.

Pelos dados das Tabelas 16 e 17, pode-se afirmar que os altos níveis de confiança interpessoal dos jovens entrevistados não estão relacionados com a internet. Além disso, estão correlacionados significativamente com poucas variáveis individuais, de socialização e de cultura política, destacam-se: renda, idade, professores, TV, lista de contatos das redes sociais, rádio, gostar de assuntos políticos, interessar por política e considerar que a opinião da maioria das pessoas é levada em conta no país. A confiança interpessoal dos jovens, apesar de apresentar interdependência com algumas variáveis individuais, de socialização e de cultura política, parece não ser afetada fortemente por fatores externos ao próprio

relacionamento com as pessoas, mantendo-se ao longo das gerações com níveis altos de confiança.

Com isso, não se pode fazer a afirmação que o Putnam (1995, 2002 e 2015) de que os meios de comunicação, principalmente a internet, vem degradando as relações pessoais e afetando os níveis de confiança interpessoal. Pois, no caso brasileiro, além dos níveis permanecerem similares com as gerações anteriores, estes não estão correlacionados com o uso ou motivação da internet e das demais mídias. Por mais que os jovens passem boa parte de seu dia conectados à internet, isso não está afetando a confiança em sua família ou em seus grupos de socialização.

Tabela 18 – Confiança institucional na igreja

	POA	FLO	CUR
Idade	,034	-,038	-,112
Renda	,023	-,089	-,089
Conversa sobre assuntos políticos com pais	,055	-,350*	,001
Conversa sobre assuntos políticos com familiares	,066	,036	-,189*
Conversa sobre assuntos políticos com amigos	-,066	,105	-,122
Conversa sobre assuntos políticos com lista de contatos das redes sociais	-,121	-,114	,067
Conversa sobre assuntos políticos com colegas de escola	,077	,089	,036
Conversa sobre assuntos políticos com professores	,040	-,037	,119
Horas por dia: assistindo TV	,075	,048	,205*
Horas por dia ouvindo rádio	,107	-,089	-,074
Horas por dia conectado na internet	-,211*	-,205*	,009
Dias por semana lendo jornal impresso/revista	,001	-,041	,006
Motivação de uso da TV	,060	,036	-,081
Motivação de uso do rádio	,139	-,007	,080
Motivação de uso da internet	,059	-,110	,042
Motivação de uso do jornal impresso/revista	-,021	-,002	-,025
Interesse por política	-,117	-,019	-,073
Gosta de assuntos políticos	-,157*	-,140*	-,142*
Define o voto pelo partido do candidato	,021	-,028	-,020
Considera que a opinião da maioria das pessoas é levada em conta no país	,118	-,086	-,089

* sig ≤ 0,05

Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Conforme os dados da Tabela 18, as correlações são fracas tendendo a nulas entre as variáveis independentes e a confiança institucional na igreja. As correlações que apresentam significância estatística, novamente, são com os valores maiores, em poucas variáveis e não nas três cidades (-,140, -,142 e -,157, gosta de assuntos políticos nas três cidades; -,189, conversa sobre assuntos políticos com familiares em Curitiba; -,205, horas por dia conectado na internet em Florianópolis; -,211, horas por dia conectado na internet em Porto Alegre; -,350, conversa sobre assuntos políticos com os pais em Florianópolis).

Percebe-se pelos dados que a família, tanto os pais como os familiares, está significativamente correlacionada com a confiança na igreja, indicando que as crenças dos jovens são transmitidas por estes agentes de socialização. Isso não se configura em uma descoberta nova, visto que são estes agentes que direcionam os jovens para determinadas religiões. Em relação aos meios de comunicação, as correlações significativas com a TV e a internet apontam que estas mídias reforçam os valores religiosos transmitidos através das gerações. Das variáveis de cultura política, gostar de assuntos políticos apresentou correlação significativa negativa nas três cidades do Sul do Brasil, indicando que os jovens que mais gostam de assuntos menos confiam na igreja.

Tabela 19 – Confiança institucional comunitária

	POA	FLO	CUR
Idade	-,255*	,032	-,015
Renda	,086	,036	,031
Conversa sobre assuntos políticos com pais	,037	-,022	,034
Conversa sobre assuntos políticos com familiares	,079	-,166	-,053
Conversa sobre assuntos políticos com amigos	-,037	,064	-,136
Conversa sobre assuntos políticos com lista de contatos das redes sociais	-,045	-,154	-,069
Conversa sobre assuntos políticos com colegas de escola	-,106	-,058	-,029
Conversa sobre assuntos políticos com professores	-,044	-,099	,056
Horas por dia: assistindo TV	,051	-,107	,101
Horas por dia ouvindo rádio	-,007	,017	-,076
Horas por dia conectado na internet	-,099	-,072	-,061
Dias por semana lendo jornal impresso/revista	,071	,018	,209
Motivação de uso da TV	-,006	-,062	-,038
Motivação de uso do rádio	,003	,055	,006
Motivação de uso da internet	,032	,014	,167
Motivação de uso do jornal impresso/revista	,085	-,054	,014
Interesse por política	,066	,254	,021
Gosta de assuntos políticos	,109	,202*	,029
Define o voto pelo partido do candidato	,015	-,036	-,041
Considera que a opinião da maioria das pessoas é levada em conta no país	,088	-,017	,012

* sig ≤ 0,05

Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

A confiança institucional comunitária também apresenta correlações fracas a nulas com as variáveis individuais, de socialização política e de cultura política, sendo significativa apenas com as variáveis idade na cidade de Porto Alegre (-,255) e gosta de discutir assuntos políticos em Florianópolis (,202). Assim como a confiança interpessoal em grupos, a correlação significativa com idade é negativa, o que reforça o argumento de Easton (1965) de que a identificação com as instituições ocorre não só pela socialização, mas também através das diferentes experiências políticas ao longo da vida. Com isso, quanto maior a idade, o que aumenta o tempo contato com as instituições, menor é a confiança nestas, devido às experiências que estes jovens tiveram com tais instituições. Além disso, a confiança nas instituições comunitárias está positivamente correlacionada com gostar de assuntos políticos, indicando que o

maior envolvimento e conhecimento sobre a arena política influencia em uma maior confiança nas instituições da comunidade. Ou seja, o jovem que se interessa mais pela política tende a constituir mais capital social encapsulado.

Tabela 20 – Confiança institucional política

	POA	FLO	CUR
Idade	-,044	,027	-,011
Renda	,150	,041	,164
Conversa sobre assuntos políticos com pais	,051	,000	-,036
Conversa sobre assuntos políticos com familiares	,105	-,064	,017
Conversa sobre assuntos políticos com amigos	,019	-,002	-,023
Conversa sobre assuntos políticos com lista de contatos das redes sociais	-,104	-,028	-,012
Conversa sobre assuntos políticos com colegas de escola	-,012	,105	-,043
Conversa sobre assuntos políticos com professores	,074	-,202	,148
Horas por dia: assistindo TV	,139	,025	,021
Horas por dia ouvindo rádio	-,019	-,007	-,017
Horas por dia conectado na internet	,006	-,098	-,080
Dias por semana lendo jornal impresso/revista	,072	-,174	,079
Motivação de uso da TV	-,074	,003	-,032
Motivação de uso do rádio	,060	-,028	-,072
Motivação de uso da internet	,093	,002	,079
Motivação de uso do jornal impresso/revista	,010	-,023	,127
Interesse por política	,051	,106	,141
Gosta de assuntos políticos	,089	,131*	,139*
Define o voto pelo partido do candidato	-,002	-,012	-,079
Considera que a opinião da maioria das pessoas é levada em conta no país	,188	,283	,198

* sig ≤ 0,05

Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Os dados apresentados na Tabela 20 apontam fracas e nulas correlações entre as variáveis independentes e a confiança institucional política, além de apresentarem significância estatística apenas na variável gosta de discutir assuntos políticos em Florianópolis (,131) e Curitiba (,139). Tais dados revelam que, assim como na confiança institucional comunitária, uma cultura política mais interessada e participativa estaria correlacionada com maiores níveis de confiança. Porém, percebe-

se que tanto a confiança interpessoal quanto a institucional não estão relacionadas com a internet, indicando que a confiança dos jovens está relacionada com um processo de transmissão de valores e crenças de geração para geração (EASTON, 1965; MOISÉS, 2010 e 2013; BAQUERO, 2013) e com os condicionantes históricos (BAQUERO, 2001 e 2008), e não com o advento da tecnologia.

Conforme Easton (1965), a identificação com as instituições ocorre através dos processos sucessivos de transmissão de seus significados através das gerações, mas também ocorre através das diferentes experiências políticas ao longo da vida adulta. Complementar a Easton, Moisés (2013) afirma que, também no caso brasileiro, a confiança nas instituições é derivada das experiências políticas, pelo desempenho dessas instituições e pelo que aprendem sobre as instituições políticas e, por isso, a confiança política dos cidadãos não é cega ou automática, mas depende das instituições estarem organizadas para que eles conheçam, interpelem ou recorram aos seus fins últimos.

Baquero (2001, 2008 e 2013) destaca que, no caso brasileiro, os valores, atitudes e comportamentos são transmitidos de geração para geração através do processo de socialização política, principalmente pelos pais e professores. Ou seja, mesmo com o advento da tecnologia, tem-se no Brasil uma “cultura política cética e com predisposições enraizadas de hostilidade entre as principais instituições formais e os cidadãos, resultado do ambiente de desconfiança generalizada” (BAQUERO, 2013, p. 119). O autor explica que isso é devido a presença de um fator histórico-estrutural de desconfiança, de intolerância e de levar vantagem sobre o outro que foi internalizado ao longo da história, devido ao distanciamento mútuo entre Estado e sociedade.

Tabela 21 – Participação política atitudinal *offline*

	POA	FLO	CUR
Idade	-,093	,023	,170
Renda	,129	-,049	-,086
Conversa sobre assuntos políticos com pais	,049	,112	-,169
Conversa sobre assuntos políticos com familiares	,079	,116	-,106
Conversa sobre assuntos políticos com amigos	,003	,092	,002
Conversa sobre assuntos políticos com lista de contatos das redes sociais	,013	,003	-,035
Conversa sobre assuntos políticos com colegas de escola	-,052	,043	,016
Conversa sobre assuntos políticos com professores	,010	,141	-,083
Horas por dia: assistindo TV	,021	-,102	-,050
Horas por dia ouvindo rádio	-,054	-,037	,017
Horas por dia conectado na internet	-,113	-,098	,150
Dias por semana lendo jornal impresso/revista	-,022	-,002	,110
Motivação de uso da TV	,016	,000	,037
Motivação de uso do rádio	,039	,083	-,090
Motivação de uso da internet	,035	,038	,008
Motivação de uso do jornal impresso/revista	-,088	-,073	,039
Interesse por política	-,018	-,039	,188
Gosta de assuntos políticos	,134*	,198*	,180*
Define o voto pelo partido do candidato	-,065	,008	-,054
Considera que a opinião da maioria das pessoas é levada em conta no país	,075	,030	,021

* sig ≤ 0,05

Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Conforme a Tabela 21, as correlações com o índice de participação política atitudinal *offline* também são de fracas a nulas e apresentam significância estatística apenas com a variável de cultura política gosta de discutir assuntos políticos (,134, em Porto Alegre; ,198, em Florianópolis; ,180, em Curitiba). Esse resultado com significado estatístico confirma a importância da transmissão de valores democráticos que influenciam nos jovens o interesse e o gosto por assuntos políticos, pois os quanto mais apresentam essas características mais desenvolvem atitudes democráticas, como a participação política.

Tabela 22 – Participação política atitudinal *online*

	POA	FLO	CUR
Idade	-,198*	-,187	,016
Renda	,115	-,008	,078
Conversa sobre assuntos políticos com pais	,046	-,067	-,036
Conversa sobre assuntos políticos com familiares	-,026	-,033	,046
Conversa sobre assuntos políticos com amigos	,101	,085	-,051
Conversa sobre assuntos políticos com lista de contatos das redes sociais	,090	-,191	-,119
Conversa sobre assuntos políticos com colegas de escola	-,068	-,016	,026
Conversa sobre assuntos políticos com professores	,053	-,008	,130
Horas por dia: assistindo TV	-,104	,039	,078
Horas por dia ouvindo rádio	-,047	-,121	,043
Horas por dia conectado na internet	,101	,085	,070
Dias por semana lendo jornal impresso/revista	,021	,000	,048
Motivação de uso da TV	,026	-,080	,016
Motivação de uso do rádio	,040	-,112	,104
Motivação de uso da internet	,016	-,005	,102
Motivação de uso do jornal impresso/revista	-,052	-,133	-,001
Interesse por política	,129	,351*	,023
Gosta de assuntos políticos	,229*	,200*	,181*
Define o voto pelo partido do candidato	,043	,012	-,004
Considera que a opinião da maioria das pessoas é levada em conta no país	-,015	,031	-,037

* sig ≤ 0,05

Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Em relação à participação política atitudinal *online*, as correlações, apresentadas na Tabela 22, permanecem de fracas a nulas, com significância apenas em três variáveis (,181, ,200 e ,229, gosta de discutir assuntos políticos nas três cidades; -,198, idade em Porto Alegre; ,321, interesse por política em Florianópolis). A significância negativa apresentada com a variável idade indica que os jovens mais velhos apresentam menos participação política atitudinal *online*. Com relação as duas variáveis de cultura política a correlação é positiva, ou seja, quanto maior o interesse e o gosto pelos assuntos políticos, maior a participação política atitudinal no meio virtual.

Com os índices de participação política atitudinal, também não se constata a influência da internet. Os resultados apresentados indicam que os valores, atitudes, crenças e comportamentos dos jovens do Sul do Brasil estão sendo reforçados através da socialização política dos agentes primários e secundários (família e escola), mantendo-se assim a mesma cultura hostil das gerações anteriores. A mudança do tipo de cultura política, proposta por Dalton e Welzel (2014b), não está ocorrendo no Brasil, mesmo com o advento da internet, contrariando a perspectiva otimista de alguns pesquisadores (RECUERO, 2009; NORRIS, 1999; MATOS, 2007).

Tabela 23 – Participação política comportamental convencional/inferior a 1%

	Convencional		Inferior a 1%
	POA	FLO	CUR
Idade	,044	-,042	-,034
Renda	-,013	-,006	-,033
Conversa sobre assuntos políticos com pais	-,103	-,013	,079
Conversa sobre assuntos políticos com familiares	,114	-,083	-,010
Conversa sobre assuntos políticos com amigos	,012	,121	,034
Conversa sobre assuntos políticos com lista de contatos das redes sociais	,036	-,060	,032
Conversa sobre assuntos políticos com colegas de escola	,071	-,056	-,080
Conversa sobre assuntos políticos com professores	,005	,156	,189
Horas por dia: assistindo TV	-,099	-,090	,021
Horas por dia ouvindo rádio	,122	,001	,012
Horas por dia conectado na internet	-,111	-,189	-,035
Dias por semana lendo jornal impresso/revista	,061	,135	,114
Motivação de uso da TV	-,024	-,069	-,034
Motivação de uso do rádio	-,041	,057	,090
Motivação de uso da internet	-,008	-,001	,092
Motivação de uso do jornal impresso/revista	-,063	,034	-,002
Interesse por política	,170	,103	,153
Gosta de assuntos políticos	,120*	,193*	,276*
Define o voto pelo partido do candidato	-,020	-,010	-,051
Considera que a opinião da maioria das pessoas é levada em conta no país	,030	,009	-,060

* sig ≤ 0,05

Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Conforme a Tabela 23, a participação política comportamental convencional, em Porto Alegre e Florianópolis, e a participação política comportamental inferior a 1%, em Curitiba, apresentam correlações de fracas a nulas e significância apenas com a variável gosta de discutir assuntos políticos (,120, em Porto Alegre; ,193, em Florianópolis; ,276, em Curitiba). Concorde-se com Easton (1965), que a participação dos jovens nas instituições políticas está relacionada com a socialização política e o desempenho das instituições. Visto que quanto mais os jovens gostam de assuntos políticos mais apresentam participação política comportamental. Os dados reforçam a relação entre a cultura política e a baixa participação política, transmitida pelos agentes socializadores tradicionais, pois são poucos os jovens que gostam de assuntos políticos, assim como são poucos os jovens que participam das instituições políticas.

Tabela 24 – Participação política comportamental não convencional/superior a 3%

	Não convencional		Superior a 3%
	POA	FLO	CUR
Idade	-,138	,051	,044
Renda	,047	-,083	-,036
Conversa sobre assuntos políticos com pais	,040	,052	,052
Conversa sobre assuntos políticos com familiares	-,035	-,067	-,017
Conversa sobre assuntos políticos com amigos	,046	-,082	-,041
Conversa sobre assuntos políticos com lista de contatos das redes sociais	,142	-,160	-,031
Conversa sobre assuntos políticos com colegas de escola	-,007	,168	,106
Conversa sobre assuntos políticos com professores	-,045	-,005	,156
Horas por dia: assistindo TV	-,028	-,202	,035
Horas por dia ouvindo rádio	,022	,126	,165
Horas por dia conectado na internet	,127	,044	-,044
Dias por semana lendo jornal impresso/revista	,023	,101	,123
Motivação de uso da TV	-,096	-,128	-,121
Motivação de uso do rádio	-,002	,044	-,049
Motivação de uso da internet	,077	,058	,096
Motivação de uso do jornal impresso/revista	-,043	,040	-,061
Interesse por política	,135	,265*	,216
Gosta de assuntos políticos	,192*	,241*	,111*
Define o voto pelo partido do candidato	,013	-,011	-,040
Considera que a opinião da maioria das pessoas é levada em conta no país	-,042	,035	-,040

* sig ≤ 0,05

Fonte: NUPESAL, 2015 e 2016.

Conforme os dados da Tabela 24, percebe-se que as correlações com os índices de participação política comportamental não convencional, em Porto Alegre e Florianópolis, e de participação política comportamental superior a 3%, em Curitiba, também são fracas e nulas e com significância apenas em duas variáveis (,192, ,241 e ,111, gosta de assuntos políticos nas três cidades; ,265, interesse por política em Florianópolis). Novamente os dados confirmam que o tipo de cultura política existente na sociedade impacta na constituição de capital social. E como os traços das gerações anteriores permanecem do tipo de cultura política juvenil da atualidade, constata-se que a socialização política dos agentes tradicionais está sendo mais impactante do que a auto-socialização feita pela internet. As novas tecnologias de informação e comunicação não estão sendo capazes de alterar o tipo de cultura política brasileira, apenas reforçam as atitudes e comportamentos transmitidos pela família e escola.

É importante destacar as correlações significativas estatisticamente com a variável gosta de discutir sobre assuntos políticos, que somente não apresentou significância com o índice de confiança interpessoal em grupos. Conforme o Gráfico 17, sabe-se que em 56% dos jovens do Sul do Brasil não gostam de discutir assuntos políticos, além disso, conforme as análises deste capítulo (Gráficos 23 a 32), são baixos os níveis de capital social juvenil. Constata-se que para uma sociedade constituir uma cultura política participativa e assertiva é essencial a presença de níveis mais altos de capital social. No Brasil, os baixos níveis de capital social são históricos e, por isso, o uso da tecnologia sem uma educação que empodere os jovens não é capaz de alterar este quadro a curto e médio prazo.

Os modelos apresentados nas tabelas acima não indicam a influência do tempo de uso da internet nos níveis de capital social, seja este encapsulado, emancipatório ou virtual. Ou seja, os médios e altos níveis de confiança interpessoal e participação política atitudinal e os baixos níveis de confiança institucional e participação política comportamental não estão relacionados ao tempo de uso da internet, não se

confirmando a hipótese de que quanto maior o tempo de uso da internet menor os níveis de capital social. Pode-se afirmar que, no caso brasileiro, o capital social permanece com níveis similares das gerações anteriores, pois os fatores históricos, sociais, econômicos e culturais não estimulam um aumento nos níveis de confiança e participação política. Além disso, o desempenho das instituições, principalmente no momento atual com muitos escândalos de corrupção, corrobora para que, no Brasil, permaneça a baixa existência de capital social entre os jovens.

5.6 CONSIDERAÇÕES SOBRE OS EFEITOS DO USO DA INTERNET NA CONSTITUIÇÃO DE CAPITAL SOCIAL ENTRE OS JOVENS NO SUL DO BRASIL

As primeiras seções deste capítulo, apresentam descritivamente os três tipos de capital social identificados na no enquadramento teórico: (1) capital social encapsulado; (2) capital social emancipatório; e (3) capital social virtual.

Conforme as análises realizadas com as variáveis do primeiro tipo de capital social, verifica-se que a confiança interpessoal é maior do que a confiança institucional, assim como a participação em nível atitudinal é maior do que em nível comportamental. O que sugere, com base em Baquero (2013), que os níveis de capital social dos jovens no Sul do Brasil são similares com das gerações anteriores.

Em relação ao capital social emancipatório, os níveis de confiança institucional e participação comportamental são baixos, o que indica que a internet, como um novo agente socializador, não está mobilizando os jovens de forma a afetar os níveis de capital social, visto que estes permanecem similares às gerações anteriores. Estes dados corroboram para a constituição de uma cultura híbrida, como verificado no capítulo anterior, pois os jovens apesar de terem atitudes democráticas, ao concordarem com a importância da participação e a colaboração entre as pessoas para que sejam atendidas as necessidades coletivas, não extrapolam esses valores para a dimensão comportamental.

As variáveis de confiança interpessoal e participação política, do capital social virtual, apresentam baixas porcentagens, indicando, assim, que a internet não consegue constituir níveis relevantes de capital social desenvolvidos no e pelo meio virtual. Com isso, a internet, como um agente socializador, não parece ser capaz, em curto e médio prazo, de modificar a cultura política e o capital existente na sociedade brasileira.

Para testar a hipótese de quanto maior o uso da internet menores os níveis de capital social encapsulado, emancipatório e virtual, foram feitas análises fatoriais que possibilitaram a construção dos seguintes índices de capital social: (1) confiança interpessoal familiar; (2) confiança interpessoal em grupos; (3) confiança institucional na igreja; (4) confiança institucional comunitária; (5) confiança institucional política; (6) participação política atitudinal *offline*; (7) participação política atitudinal *online*; (8) participação política comportamental convencional (nos casos de Porto Alegre e Florianópolis); (9) participação política comportamental não convencional (nos casos de Porto Alegre e Florianópolis); (10) participação política comportamental inferior a 1% (no caso de Curitiba); (11) participação política comportamental superior a 3% (no caso de Curitiba). A partir dos índices de capital social, foram analisados os resultados dos cruzamentos com o tempo de uso da internet, que não apresentaram diferentes efeitos entre os que usam pouco ou muito a internet por dia. Além disso, os testes de Qui-quadrado não apontaram significância dos resultados.

Essas análises permitiram verificar que diferente do que a literatura pressupõe (PUTAM, 2015; NORRIS, 2000; RECUERO, 2009; NEWTON, 1999; MATOS, 2007 e 2009; entre outros), a internet não está significativamente associada com os níveis de capital social. Além de não se verificar um efeito positivo ou negativo nos níveis de capital social, mesmo com o advento da internet, não é possível fazer uma associação significativa entre tais resultados e a internet. Com isso, não se confirma a hipótese de que quanto maior o uso da internet menor os níveis de capital social encapsulado, emancipatório e virtual.

Complementar aos dados dos cruzamentos, são feitas regressões lineares entre os índices de capital social e as seguintes variáveis: variáveis individuais (idade e renda), variáveis de socialização política (frequência de conversa com pais, familiares, amigos, lista de contatos das redes sociais, colegas de escola e professores, quantas horas do dia assiste TV, ouve rádio, conecta-se a internet e dias da semana que lê jornal e revista, além das motivações de uso da TV, do rádio, da internet e do jornal e revista) e as variáveis de cultura política (interesse por política, gosta de assuntos políticos, definição do voto e considera que a opinião da maioria das pessoas é levada em conta no país).

As regressões apresentam correlações fracas e nulas e com poucas significâncias estatísticas entre as variáveis. As variáveis que apresentam correlação significativa estatisticamente, em praticamente todos os modelos, são as de cultura política, principalmente, gostar de assuntos políticos. Com isso, sugere-se que o tipo de cultura política existente na sociedade é o fator mais impactante na constituição de capital social. Além disso, a socialização política tradicional, feita pela família e escola, está corroborando para a constituição de uma cultura política hostil, com traços das gerações anteriores. Enquanto a auto-socialização, feita através da internet, proporcionada pelo advento da tecnologia, não está mobilizando politicamente os jovens, mas sim colaborando para a manutenção das atitudes e valores internalizados através da socialização tradicional.

Nesse ponto, concorda-se com a literatura de que a confiança dos jovens, assim como a participação política, está relacionada com um processo de transmissão de valores e crenças de geração para geração (EASTON, 1965; MOISÉS, 2010 e 2013; BAQUERO, 2013) e com os condicionantes históricos (BAQUERO, 2001 e 2008). Por isso, ao analisar a internet como um agente socializador dos jovens, verificando o processo de constituição de uma cultura política com capital social, constata-se que o tempo de uso da internet não é a causa das atitudes e comportamentos da juventude do Sul do Brasil.

No entanto, mesmo que a hipótese de que o maior uso da internet estaria associado aos menores níveis de capital social não tenha sido confirmada, os dados deste capítulo fortalecem a tese de que a internet reforça, através da socialização política, a cultura política e o capital social existentes. Pois não se percebe uma diminuição e nem um aumento nos níveis de confiança e participação política, mas sim uma manutenção conforme as gerações anteriores. Bem como, novamente, contraria-se com a proposição de Dalton e Welzel (2014a e 2014b) de que até os países emergentes estariam passando para uma cultura política assertiva, pois para isso são importantes altos níveis de capital social, que ainda não existem no Brasil.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os debates sobre as consequências da internet estão divididos entre alguns estudiosos que, no lado positivo, acreditam que a internet contribui para a qualidade da democracia (NORRIS, 2000; POLAT, 2005; RECUERO, 2009; KENSKI e STROUD, 2006) e que, no lado negativo, discordam e temem que a internet tenha consequências negativas para a vida política, principalmente para a constituição de uma cultura política com altos níveis de capital social (PUTNAM, 2002; BOULIANNE, 2009; PATTERSON, 2000). Quando direcionados para o público jovem, tais debates encontram-se direcionados na análise dos efeitos da internet na socialização política dos jovens (OWEN, 2008; SWINARSKI, PARENTE e NOCE, 2010; BARBER, 2013; ROBALLO, 2011; ANDERSON e MCCABE, 2012). Não sendo verificados quais os valores e crenças internalizados nesse processo de socialização política através da internet, e os efeitos disso na constituição de cultura política e de capital social dos jovens.

Neste debate da ciência política, ainda não conclusivo sobre os efeitos do uso da internet para a consolidação da democracia e a constituição de uma cultura política participativa, principalmente nos jovens brasileiros, que esta tese se enquadra. O objetivo central da tese é examinar o uso da internet na constituição de uma cultura política cívica, com capital social, de jovens estudantes no Sul do Brasil. Desde o advento da internet, os trabalhos acadêmicos apresentaram resultados inconclusivos, muito pelo fato de não trabalharem com os efeitos do uso da internet como um processo que compreende desde a socialização política até a constituição da cultura política e do capital social. Neste sentido, esta tese buscou preencher tais lacunas e apresentar a internet como um agente socializador na manutenção de normas e valores políticos tradicionais.

O primeiro capítulo expôs a tese, os objetivos, as hipóteses e a metodologia com o tema cultura política, capital social, socialização política, juventude e internet. No segundo capítulo é feita uma revisão teórica dos principais conceitos, apontando a importância destes para a consolidação de uma cultura política democrática.

Inicialmente é trabalhado o conceito de socialização política, com o intuito de compreender a ligação entre juventude, política e internet, considerando que é uma fase preparatória para vida política e de desenvolvimento das capacidades e atitudes que podem estimular a constituição de uma cultura política participativa. Constatou-se que, atualmente, a socialização política está acontecendo de forma híbrida, incorporando os valores e expectativas não só pelos agentes socializadores tradicionais, como família e escola, como também pelas novas tecnologias de informação e comunicação, através de um processo de auto-socialização.

No conceito de cultura política são debatidas as atuais contribuições de Dalton e Welzel (2014a e 2014b), que trabalham com a perspectiva de que os cidadãos estão desenvolvendo valores mais assertivos e de autoexpressão, contrários aos valores de lealdade e submissão do modelo de Almond e Verba, até mesmo nas democracias emergentes. Essas contribuições norteiam as análises desta tese, com o intuito de verificar se no Brasil a cultura política híbrida, conforme Baquero (2008), capaz de ter valores favoráveis à democracia simultaneamente com a falta de interesse na política e a existência de valores conservadores, está evoluindo para uma cultura política assertiva, conforme Dalton e Welzel (2014a e 2014b).

Na cultura política assertiva, proposta por Dalton e Welzel (2014a e 2014b), percebe-se a importância de altos níveis de capital social na sociedade, capazes de garantir aos cidadãos o empoderamento que ajuda na evolução de posicionamentos leais e submissos para posicionamentos assertivos. Apropriando-se das tipologias de Putnam (2005) e Recuero (2009), a tese trabalhou com o capital social encapsulado, capital social emancipatório e capital social virtual, para fazer uma análise ampla da influência do uso da internet nos níveis de confiança e participação dos jovens. Pois, como apontado por Baquero (2008) e Moisés (2010), o Brasil apresenta baixos níveis de confiança e participação política. Também é destacado o contexto político que vem se vivenciando no Brasil desde as Manifestações de Junho de 2013 até o recente processo de impeachment da presidenta eleita Dilma Rousseff. Bem como o contexto de crise econômica vivenciado nos três estados do Sul do país.

Ainda no segundo capítulo é feito uma revisão da literatura que trabalha com as consequências do uso da internet na democracia, debatendo as duas vertentes desses estudos: teoria da mobilização e efeitos negativos. Como a tese baseia-se na teoria da cultura política constituída via processo de socialização política, busca-se compreender os efeitos do uso da internet, com base no princípio de que no caso brasileiro as duas teorias não podem ser excludentes, sendo necessário relativizar os efeitos da internet, pois é perceptível que os conteúdos veiculados podem ocasionar tanto efeitos negativos quanto positivos.

O terceiro capítulo da tese trabalha com a socialização política dos jovens e a internet, para alcançar o primeiro objetivo específico, de “contextualizar e examinar o processo de socialização política, internalização de valores e formação de identidades coletivas de jovens estudantes em um contexto de novas tecnologias de informação e comunicação”. O estudo de Anderson e McCabe (2012) dá suporte para compreender que a socialização do tipo tradicional está sendo desconstruída, pois com a internet os jovens estão se auto socializando. E com isso, a socialização política é feita predominantemente com outros jovens, sem limites geográficos e com anonimato.

Os valores estão sendo internalizados através da internet e de suas redes sociais, os jovens são estimulados a novas interações sociais e a novas formas de se expor ao mundo. Isto vem estimulando o jovem a ter uma identidade virtual e uma identidade real, que em alguns aspectos podem ser identidades iguais e em outros diferentes (BAUMAN, 2001). Nesse sentido, a socialização política pela internet pode ser positiva (ANDERSON e MCCABE, 2012; PALETZ, OWEN e COOK, 2012), mas também pode ser negativa (LYNCH, 2015). Positiva porque os jovens possuem mais contato com as informações, podem se expressar mais facilmente e podem ter diferentes interações sociais. No entanto, Lynch (2015) ao falar das manifestações árabes, trabalha com o lado negativo, enfatizando o conceito de mídia antissocial, no sentido sociológico de que a internet é capaz de produzir comportamentos contrários ao interesse comum e ao bem-estar de uma população.

Nas análises empíricas deste capítulo, foi possível testar e confirmar a hipótese de que “a internet se constitui em um novo agente socializador político dos jovens e influencia mais quando comparado aos demais meios de comunicação, como televisão, rádio, jornal impresso e revistas”. Os dados foram analisados conforme os seis eixos explicativos sobre o processo de socialização política dos jovens através da internet encontrados na literatura especializada: (1) a quantidade de tempo na internet e nas redes sociais; (2) o perfil dos jovens na internet e nas redes sociais; (3) frequência do uso da internet e das redes sociais para conversar sobre assuntos políticos; (4) buscar informações e formar opinião com o auxílio da internet e das redes sociais; (5) motivação do uso da internet e das redes sociais; (6) influência do uso da internet e das redes sociais nas atitudes e comportamentos dos jovens.

A partir dos eixos foi possível examinar o processo de socialização política dos jovens entrevistados no Sul do Brasil no contexto de novas tecnologias de informação e comunicação. Os jovens ficam conectados em média 9 horas por dia na internet, no entanto não exteriorizam suas opiniões políticas, pois apenas 22% dos jovens do Sul do Brasil comentam e 18% compartilham postagens políticas. Além disso, conforme os dados dos Gráficos 4 e 5, os jovens socializam mais, sobre assuntos políticos, com os pais, professores e amigos, demonstrando que a internet e as redes sociais apesar de pautarem as conversas sobre assuntos políticos, elas não eliminam os demais agentes socializadores.

Quando comparada com os demais meios de comunicação, a internet é a mídia que os jovens mais procuram para se informar (em média 90%). E entre os agentes tradicionais, os jovens indicam a família como primeira instituição mais importante para formar opinião sobre assuntos políticos (em média 40%) e a internet como segunda instituição (em média 25%), substituindo a escola como segunda agência socializadora.

Os dados sobre o quinto eixo, de motivação do uso da internet, são uma importante constatação para os estudos futuros a respeito dos efeitos da internet na constituição de cultura política juvenil, visto que a maioria dos jovens utilizam a internet mais para entretenimento do que para informação. E ao basear-se na pesquisa de

Putnam (2015), na qual o autor identifica que a motivação do uso da internet está relacionada com a classe social do jovem, foi feita uma análise da motivação com a renda familiar dos jovens. Pois no caso brasileiro, esta variável parece mais indicativa da realidade do país. Os dados apontaram que os jovens com maior renda familiar tendem a usar a internet com ambas motivações e não apenas para entretenimento. Enquanto os jovens com menor renda usam mais para entretenimento. Nesse sentido, pode-se afirmar que existe, em certa medida, influência da renda na motivação para usar a internet. Esses dados revelam que de fato a desigualdade econômica existente no país gera uma desigualdade digital, pois mesmo que muitos jovens tenham acesso à internet, nem todos sabem como utilizar essa ferramenta para seu crescimento pessoal e profissional.

Em relação às atitudes e comportamento dos jovens, os dados indicaram que a internet apresentou influência positiva nos que participaram das Manifestações de Junho de 2013. No entanto, quando se verifica a influência dos agentes socializadores na formação de opiniões sobre as instituições políticas, os pais ficam em primeiro lugar com 53%, enquanto a internet apresenta apenas 21% de influência. Na forma de agir e na forma de pensar, a internet é o meio de comunicação que os jovens acreditam que influencia mais, com 84% e 66%, respectivamente. Tais dados, confirmam a hipótese de que a internet é um novo agente socializador. No entanto, também evidenciam que a socialização política está acontecendo de forma híbrida, ou seja, os valores estão sendo internalizados pelos agentes tradicionais e pelo contato com as novas tecnologias de informação e comunicação.

Conforme Norris (2006), desde a ascensão da internet, tem sido destacado o seu potencial para fomentar o envolvimento dos cidadãos na política, e alguns estudos têm se dedicado a analisar os efeitos da internet na constituição da cultura política. No quarto capítulo a tese trabalha com o tema cultura política e internet, objetivando “examinar o papel da internet na apatia e desinteresse políticos, polarização de opiniões políticas, discurso de ódio e intolerância política entre jovens estudantes”.

Com base na literatura examinada, destaca-se a afirmação de Agre (1997) de que a internet pode ajudar a renovar as instituições e libertar a sociedade de seus

legados autoritários, no entanto, para que isso ocorra é necessário que os cidadãos compreendam as diferentes maneiras de como a internet pode se incorporar em processos sociais mais amplos. Por isso, também são analisados três aspectos que o uso da internet vem gerando na cultura política: polarização das opiniões políticas, intolerância política e discurso de ódio.

A análise empírica deste capítulo é feita a partir de quatro eixos para verificar a influência do uso da internet na constituição de uma cultura política juvenil: (1) interesse por política; (2) polarização de opiniões políticas; (3) intolerância política; (4) discurso de ódio. Além disso, também é feita uma avaliação da percepção dos jovens em relação à internet colaborar com a consolidação da democracia no Brasil. O primeiro eixo, na exploração descritiva dos dados, constata-se que os jovens possuem os mesmos valores e atitudes de gerações anteriores, pois são desinteressados, sem posicionamento política, sem identificação partidária, com sentimentos negativos em relação ao país e à política e personalistas na definição do voto.

Estes dados indicam que no Brasil, diferente do que postulam Dalton e Welzel (2014a e 2014b), a cultura política permanece similar a das gerações anteriores. Neste contexto, a internet, como agente socializador, está apenas colaborando para reforçar a cultura política existente. Além disso, os dados de cruzamentos e regressões lineares não indicam uma relação de causa e efeito entre o tempo de uso da internet e a diminuição do interesse político. Os resultados revelam que, no Brasil, a internet ainda não é capaz de alterar a cultura política existente a curto e médio prazo, menos ainda colaborar para constituição de uma cultura política mais democrática. Pois a internet vem atuando como um instrumento de manutenção e não de transformação da cultura política, não influenciando nas atitudes e comportamentos internalizados pelas gerações anteriores e condicionados por fatores históricos.

Neste capítulo, também são feitas análises qualitativas, que identificaram a existência de percepção de polarização de opiniões públicas, tanto atitudinais quanto em nível agregado, de aumento da intolerância política e de disseminação de ódio pela internet. Além disso, foram analisadas as percepções dos jovens em relação à

influência da internet na democracia, que demonstraram não existir um consenso entre os jovens entrevistados sobre o papel da internet na democracia. Com isso, no caso brasileiro, sugere-se que a influência do uso da internet no fortalecimento da democracia é inconclusiva, pois, além de não ser percebida uma alteração na cultura política juvenil, a democracia brasileira está, no momento, exclusivamente ligada a mediatização do contexto político, com escândalos e denúncias de corrupção.

Pelas análises realizadas, não se confirma a hipótese de “quanto maior o uso da internet maior a apatia e o desinteresse políticos dos jovens estudantes no Sul do Brasil”, visto que permanecem similares com dados de gerações anteriores. Neste caso a internet vem colaborando para a manutenção de uma cultura política apática e desinteressada. No entanto, confirma-se a hipótese de “quanto maior o uso da internet maior a percepção de polarização de opiniões políticas, o discurso de ódio político e a intolerância política dos jovens estudantes no Sul do Brasil” com as análises qualitativas, visto que a internet intensifica, no meio virtual, as tais atitudes e comportamentos mais hostis em relação às opiniões que divergem.

A influência da internet na constituição do capital social juvenil do Sul do Brasil é a análise do quinto capítulo, que tem como objetivo “verificar os efeitos do uso da internet nos níveis de capital social encapsulado, capital social emancipatório e capital social virtual dos jovens estudantes”. Apesar de existir uma divisão na literatura sobre os efeitos do uso da internet, entre os positivistas e os pessimistas, a tese partiu do pressuposto de Wellman *et al.* (2001), de que é necessário ir além desses dois tipos de efeitos da internet. Os autores sugerem que o uso da internet complementa o capital social, no sentido de ser um instrumento de extensão das relações pessoais, as relações próximas continuam sendo pessoais, as relações distantes são mantidas pelo uso da internet.

Nas análises descritivas, os dados revelam que, no capital social encapsulado, os jovens possuem altos níveis de confiança interpessoal nos pais, familiares, amigos e professores, porém baixos nos vizinhos e colegas de sala de aula. Os níveis de confiança institucional são médios em relação às instituições locais (igreja, escola, movimentos estudantis, conselho escolar, grêmios estudantis da escola e associações

comunitárias). A participação política atitudinal encapsulada apresenta altos níveis, enquanto a participação política comportamental encapsulada apresenta níveis mais baixos entre os jovens entrevistados. É possível aferir, a partir das análises de Baquero (2013) e Moisés (2010), que os níveis de capital social encapsulado são similares aos das gerações anteriores, uma vez que os jovens confiam e participam mais no âmbito intra-grupos. Ou seja, o advento da internet está mantendo o nível do capital social encapsulado dos jovens. Isto implica na constituição de uma cultura política não participativa, pois sem altos níveis de capital social a cultura política é fortemente caracterizada pela apatia e o desinteresse político.

No capital social emancipatório, os jovens apresentam baixa confiança institucional, alta participação atitudinal e baixa participação comportamental. Além disso, apenas 16% dos jovens do Sul do Brasil participaram das Manifestações de Junho de 2013, no entanto, desses que participaram 52% confirmaram que a internet foi o agente que mais influenciou nesse comportamento. No entanto, como depois das eleições presidenciais de 2014 poucas foram as manifestações populares, constata-se que tais eventos são episódicos no Brasil, motivados por elementos conjunturais e não pelo grande fluxo de informações políticas da internet.

No caso do capital social virtual, os jovens entrevistados apresentam baixos níveis de participação atitudinal e comportamental. Isto indica que a internet não consegue mobilizar os jovens nem no espaço virtual. Com os dados, percebe-se, que mesmo com o advento da internet, os níveis de confiança institucional e participação política comportamental, nos três tipos de capital social, permanecem com baixos níveis. Isso indica que, diferente do que afirmam os pesquisadores da teoria da mobilização, a internet não está sendo capaz de mobilizar mais jovens. A internet, no caso brasileiro, não tem um efeito positivo nem negativo, nesses dois tipos de capital social, mas sim um efeito que corrobora para manutenção nos níveis de capital social das gerações anteriores, assim como para a permanência de uma determinada cultura política.

Nas análises dos cruzamentos e das regressões lineares, a internet não apresenta relações significativas com os níveis de capital social. Nos modelos de

regressão apresentados, afirma-se também que as variáveis de cultura política, como se interessar e gostar de assuntos políticos, estão correlacionadas com o capital social juvenil do Sul do Brasil. Pelos resultados apresentados, concorda-se que o capital social, assim como a cultura política juvenil, está relacionado com um processo de transmissão de valores e crenças de geração para geração, conforme apontam Easton (1965), Moisés (2010 e 2013) e Baquero (2008 e 2013), e com os condicionantes históricos, conforme indica Baquero (2001 e 2008).

Como os níveis de capital social permanecem os mesmos das gerações anteriores, não se confirma a hipótese de que “quanto maior o uso da internet menor os níveis de capital social encapsulado, capital social emancipatório e capital social virtual dos jovens estudantes no Sul do Brasil”. Tanto o tipo de cultura política quanto os baixos níveis de capital social estão sendo mantidos de geração para geração, o único papel da internet, como novo agente socializador, é o de manter isso, não sendo um instrumento de aumento nem de diminuição da participação política dos jovens do Sul do Brasil.

Esta tese contribui para o aprofundamento dos estudos sobre os efeitos da internet na constituição da cultura política e do capital social, principalmente relacionados à juventude. Em primeiro lugar, fornece embasamentos sobre o conhecimento teórico da relação entre o uso da internet e a consolidação da democracia, através de uma cultura política com valores democráticos. Isso é feito através da revisão teórica sobre o assunto de forma multidisciplinar, que traz contribuições de diferentes áreas da ciência e de diferentes situações e localidades. Com isso, foram identificadas as diferentes características dos efeitos do uso da internet em um processo, que inicia na socialização política dos jovens e culmina na constituição de cultura política e capital social. Os resultados apresentados permitem compreender melhor os efeitos do uso da internet, especialmente, no público jovem que está em uma era de novas plataformas *online*, novas descobertas tecnológicas e maior alcance geográfico das informações.

Em segundo lugar, este trabalho soma-se a literatura sobre a teoria da mobilização e dos efeitos negativos, complementando tais perspectivas ao trazer

dados que indicam a manutenção da cultura política e dos níveis de capital social das gerações anteriores, no caso brasileiro. Tal estudo mostra que a cultura política e o capital social no Brasil não são dependentes da internet, nem de valores individuais, de socialização política ou de cultura política, mas confirma os estudos existentes (BAQUERO, 2008 e 2013; MOISÉS, 2010 e 2013) de que os fatores históricos e o contexto são os condicionantes da não evolução das atitudes e comportamentos democráticos. Isso permite, que os resultados deste estudo sejam trabalhos em diferentes campos de pesquisa: socialização política, cultura política, capital social, democracia e comunicação política.

Outra contribuição desta tese, é que esta está entre os primeiros estudos sobre os efeitos do uso da internet nas atitudes e nos comportamentos dos jovens como um processo, que verifica a internet como um agente socializador, depois quais os impactos desse agente na constituição da cultura política e os efeitos nos níveis de capital social. A literatura revisada é limitada, não apresentando resultados conclusivos para o caso do Brasil. Os estudos dividem-se em efeitos positivos e efeitos negativos, essa tese mostra que a internet ainda não é um instrumento de transformação da juventude brasileira e, que provavelmente, em curto e médio prazo continuará sendo apenas um instrumento de manutenção das crenças e valores desenvolvidos ao longo da história clientelista, personalista, coronelista e patrimonialista do Brasil. Além disso, este estudo abre espaço e cria necessidade para pesquisas futuras, que acompanhem a evolução dos efeitos do uso da internet longitudinalmente.

Em quarto lugar, embora se tenham diversos estudos sobre os efeitos do uso da internet, o conhecimento teórico sobre tais efeitos na juventude brasileira é escasso. Poucas pesquisas investigaram esse processo, no caso brasileiro, são praticamente inexistentes. A tese procura preencher essa lacuna, tendo como embasamento a teoria da cultura política. Isso porque são importantes estudos que analisem o campo político e o da comunicação, principalmente em momentos como os atuais no Brasil, nos quais a mídia brasileira é responsável pela formação da opinião pública de forma massiva.

Além de verificar a relação da internet com a cultura política e o capital social dos jovens, a tese apresentou modelos com variáveis individuais, de socialização e de cultura política, na tentativa de explicar a manutenção dos resultados de gerações anteriores. Mesmo que não tenham sido encontradas correlações moderadas ou robustas, a quinta contribuição desta tese está no debate desses resultados. Descartando tais variáveis e confirmando a importância histórica do desenvolvimento do país na consolidação de uma cultura democrática ou não.

Tais contribuições apresentam implicações sociais e científicas. Sociais, porque a internet é identificada como um dos principais canais de acesso a formação de opiniões juvenis, podendo assim serem persuadidos a determinados valores e crenças. Nesse sentido, uma educação de qualidade, que ensine a usar as tecnologias ao seu favor, é essencial, pois empodera os jovens a serem cidadãos mais ativos politicamente e conhecedores de seus direitos e deveres, garantindo a evolução e o fortalecimento do indivíduo. E implicações científica, pois fortalece a necessidade de estudos no campo da ciência política que trabalhem com a juventude e a cultura política juvenil, visto que a não alteração dos padrões existentes prejudica a consolidação de uma democracia participativa e o desenvolvimento social e, conseqüentemente, econômico do país. Um país que se mantém com os mesmos valores, atitudes e comportamentos conservadores não apresenta chances significativas de desenvolvimento nas áreas humanas e sociais, permanecendo por longos períodos em uma inércia política (BAQUERO, 2013).

Retomando o problema que norteou a tese, apresentado no capítulo introdutório, de “qual a influência do uso da internet, enquanto mecanismo de socialização política, na cultura política e no capital social de jovens estudantes no Sul do Brasil?” é respondido com a seguinte afirmação: a internet e as redes sociais estão alterando a rotina dos jovens brasileiros, proporcionando novas formas de interação e acesso a um grande fluxo de informações, sendo um novo agente socializador que está colaborando para a constituição de uma subcultura política juvenil caracterizada pelas mesmas atitudes e comportamentos das gerações anteriores, com baixos níveis

de capital social. Tal afirmação fortalece a tese de que a internet reforça, através da socialização política, a cultura política e o capital social existentes na sociedade.

No entanto, obviamente, tal resposta é conjuntural. Uma análise longitudinal, para acompanhar as consequências do uso da internet nas próximas gerações, é necessária para uma resposta mais conclusiva. Por fim, ressalto que criar expectativas muito otimistas sobre a internet não garante uma real alteração na cultura política brasileira. Pois o mais importante não é o que a internet faz com os cidadãos, mas sim o que os cidadãos fazem com a internet. Nesse sentido, partir destas expectativas muito otimistas para ações mais concretas no campo da educação e da política podem garantir cidadãos politicamente mais ativos e democráticos.

REFERÊNCIAS

- ABOUD, Francis; DOYLE, Aana. Does talk of race foster prejudice or tolerance in children? *Canadian Journal of Behavioural Science*, v. 28, p. 161-170, 1996. Disponível em < <http://psycnet.apa.org/index.cfm?fa=buy.optionToBuy&id=1998-04296-001>>. Acesso em 30 jul. 2016.
- ABRAMS, Samuel; FIORINA, Morris. The big sort that wasn't: A skeptical reexamination. *PS: Political Science & Politics*, v. 45, n. 2, p. 203-210, 2012. Disponível em <https://www.jstor.org/stable/41433682>. Acesso em 3 ago. 2016.
- ABREU, Rosane. Cabeças Digitais. Um motivo para revisões na prática docente. In.: NICOLACE-DA-COSTA, Ana (org). *Cabeças digitais: o cotidiano na era da informação*. Rio de Janeiro, PUC-Rio. 2006. p. 163-181.
- ACKLANDA, Robert; O'NEILA, Mathieu. Online collective identity: The case of the environmental movement. *Social Networks*, v. 33, n. 3, p. 177-190, jul. 2011. Disponível em <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378873311000153>>. Acesso em 13 jan. 2015.
- AGRE, Phil. Criando uma cultura da internet. *Revista USP*, n. 35, p. 112-117, 1997. Disponível em <<http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/26921>>. Acesso em 8 ago. 2016.
- AGUIAR, Sonia. Redes sociais na internet: desafios à pesquisa. *XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Santos, 29 de agosto a 2 de setembro de 2007. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-1977-1.pdf>>. Acesso em 3 ago. 2016.
- AHLER, Douglas. Self-fulfilling misperceptions of public polarization. *The Journal of Politics*, v. 76, n. 3, p. 607-620, 2014. Disponível em <http://www.dougahler.com/uploads/2/4/6/9/24697799/ahler_sfmpp.pdf>. Acesso em 3 ago. 2016.
- ALBAGLI, Sarita; MACIEL, Maria Lucia. Informação, conhecimento e desenvolvimento. In: MACIEL, M. L.; ALBAGLI, S. (orgs.). *Informação e desenvolvimento: conhecimento, inovação e apropriação social*. Brasília: Unesco/IBICT, 2007, p. 15-32.
- ALMEIDA, Carlos Alberto. *A cabeça do brasileiro*. Rio de Janeiro: Record, 2007.
- ALMOND, Gabriel. The Intellectual History of the Civic Culture Concept. In: ALMOND, Gabriel; VERBA, Sidney (org.). *The Civic Culture Revisited*. Newbury Park/London/New Delhi: Sage, 1989. p. 1-36.

- ALMOND, Gabriel; COLEMAN, James. (org.). *A política das áreas em desenvolvimento*. Rio de Janeiro: F. Bastos, 1969.
- ALMOND, Gabriel; POWELL, G. Bingham. *Uma teoria de política comparada*. Rio de Janeiro: Zahar. 1972.
- ALMOND Gabriel; POWELL, G. Bingham; DANTON, Russell; STROM, Kaare. *Comparative politics today: a world view*. Pearson/Longman: Scott, Foresman and Company, 2008.
- ALMOND, Gabriel; VERBA, Sydnei. *The civic culture revisited*. Califórnia: Sage Publications, 1963.
- AMARAL, Azevedo. *O Brasil na crise atual*. São Paulo: Nacional, 1934.
- AMARAL, Roberto. A grande rede e a explosão das ruas. In: SOUSA, Cidoval Morais de; SOUZA, Arão de Azevêdo (org.). *Jornadas de junho: repercussões e leituras*. Campina Grande: EDUEPB, 2013. p. 8-12.
- AMORIM, Maria Salete Souza de. Cultura Política e Decisão Eleitoral no Oeste do Paraná. 253 f. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, UFRGS, 2006.
- ANDERSON, Laurel; MCCABE, Debora. A Coconstructed World: Adolescent Self-Socialization on the Internet. *Journal of Public Policy & Marketing*, v. 31, n. 2, p. 240-253, 2012.
- ANGUS, Lawrence; SNYDER, Llana; SUTHERLAND-SMITH, Wendy. ICT and educational (dis)advantage: Families, computers and contemporary social educational inequalities. *British Journal of Sociology of Education*, v. 25, p. 3-18, 2004.
- AREA, Manuel. *El conocimiento en la red: la Web 2.0 en el aula*. Santander: Universidad Internacional Menendez Pelayo, 2011.
- ARENDT, Hanna. *A condição humana*. Tradução Roberto Raposo. 7. ed. São Paulo/Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.
- AYED, Hasan. The Influence of Internet in the Political Culture (A Field Study). *Journal of Social Sciences*, v. 1, n. 3, p. 128-135, 2005. Disponível em <<http://thescipub.com/PDF/jssp.2005.128.135.pdf>>. Acesso em 5 mar. 2015.
- BABBIE, Earl. *Métodos de Pesquisas de Survey*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999.
- BANCO MUNDIAL. *Relatório sobre o Desenvolvimento Mundial de 2016: dividendos digitais*. Grupo Banco Mundial. Overview booklet. Banco Mundial, Washington, D.C. Licença: Creative Commons Attribution CC BY 3.0 IGO. 2016. Disponível em <<https://openknowledge.worldbank.org/>>. Acesso 17 out. 2016.
- BANKS, James. Regulating hate speech online. *International Review of Law, Computers and Technology*, v. 24, n. 3, p. 233-239. 2010. Disponível em

<http://shura.shu.ac.uk/6901/1/Banks_regulating_hate_speech.pdf>. Acesso em 4 mai. 2015.

- BAQUERO, Marcello. O papel dos adolescentes no processo de construção democrática no Brasil: um estudo preliminar de socialização política. *Cadernos de Ciência Política*, Porto Alegre, n. 8, p. 3-34, 1997.
- BAQUERO, Marcello. *A vulnerabilidade dos partidos políticos e a crise da democracia na América Latina*. Porto Alegre: UFRGS. 2001.
- BAQUERO, Marcello. *Construindo uma outra sociedade: o capital social na estruturação de uma cultura política participativa no Brasil*. In: Revista de Sociologia e Política. Curitiba, 21, p. 83-108, 2003.
- BAQUERO, Marcello. Um caminho “alternativo” no empoderamento dos jovens: capital social e cultura política no Brasil. In: BAQUERO, M. (org.). *Democracia, juventude e capital social no Brasil*. Porto Alegre: UFRGS, 2004. p. 120-146.
- BAQUERO, Marcello. Eleições e capital social: uma análise das eleições presidenciais no Brasil (2002-2006). *Opinião Pública*, Campinas, v. 13, n. 2, p. 231-259, 2007.
- BAQUERO, Marcello. Democracia formal, cultura política informal e capital social no Brasil. *Opinião Pública*, Campinas, v. 14, n. 2, p. 16-32. 2008.
- BAQUERO, Marcello. Democracia formal, cultura política informal e capital social no Brasil. *Opinião Pública*, Campinas, v. 14, n. 2, Novembro, p.380-413, 2008.
- BAQUERO, Marcello. *A pesquisa quantitativa nas Ciências Sociais*. Porto Alegre: UFRGS, 2009. 104p.
- BAQUERO, Marcello. Padrões de constituição da Cultura Política na América Latina no Século XXI. In: BAQUERO, Marcello (org.). *Cultura(s) política(s) e democracia no século XXI na América Latina*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2011. p. 25-15.
- BAQUERO, Marcello. *Qual democracia para a América Latina?*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2013
- BAQUERO, Marcello; BAQUERO, Rute. Educando para a democracia: valores democráticos partilhados por jovens portoalegrenses. *Ciências Sociais em Perspectiva*, v. 6, p. 139-153, 2007.
- BAQUERO, Marcello; CASTRO, Henrique. A erosão das bases democráticas: um estudo de cultura política. In: BAQUERO, M (org.). *Partidos, democracia e cultura política*. Porto Alegre: UFRGS, 1996.
- BAQUERO, Marcello; CUNHA, Patrícia. A corrupção como limite à participação política juvenil: um estudo em democracias sul-americanas. In: BAQUERO, R.; NAZZARI, R. K. (orgs.). *Formas de (ex) pressão juvenil e (in)visibilidade social*. Cascavel: Coluna do Saber, 2010, p. 55-78.

- BAQUERO, Marcello; MORAIS, Jennifer Azambuja de; VASCONCELOS, Camila. Construindo Capital Social em contextos de Assimetria de poder: uma análise dos atingidos por hidrelétricas no Brasil. In: BAQUERO, M.; PASE, H. (org.). *Desenvolvimento hidrelétrico: qualidade de vida e capital social no Sul do Brasil*. 1ed. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2013, p. 57-105.
- BAQUERO, Marcello; PRÁ, Jussara Reis. *A democracia brasileira e a cultura política no Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2007.
- BAQUERO, Marcello; SCHNEIDER, Aaron; LINHARES, Bianca; ALVES, Douglas; PEREIRA, Thiago. Bases de um novo contrato social? Impostos e orçamento participativo em Porto Alegre. *Opinião Pública*, v. XI, n. 1, p. 94-127, 2005.
- BARBER, Benjamin. Three scenarios for the future of technology and Strong Democracy. *Political Science Quarterly*, v. 113, n. 4, p. 573-589, 1999.
- BARBER, Benjamin. The uncertainty of digital politics: Democracy's uneasy relationship with information technology. *Harvard International Review*, v. 23, p. 42-48, 2001.
- BARBER, Benjamin. Political conflict and youth. *The Psychologist*, v. 26, n. 5, p. 336-339, 2013.
- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.
- BENKLER, Yochai. *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven and London: Yale University Press. 2006.
- BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade*. Tratado e Sociologia do conhecimento. 25ª ed. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1985.
- BEZERRA, Heloísa. *Mídia e Política*. Goiânia: Editora da UCG, 2007.
- BIRKNER, Walter M. Knaesel. *Capital social em Santa Catarina: o caso dos Fóruns de Desenvolvimento Regional*. Blumenau: EdiFurb, 2006.
- BLARCUM, Christopher. Internet Hate Speech: The European Framework and the Emerging American Haven. Tese de doutorado. Lee University School of Law. 2005. 50 p. Disponível em <<http://law2.wlu.edu/deptimages/Law%20Review/62-2VanBlarcum.pdf>>. Acesso em 14 ago. 2016.
- BLUMLER, Jay; GUREVITCH, Michael. The New Media and Our Political Communication Discontents: Democratizing Cyberspace. *Information, Communication & Society*, v. 4, n. 1, p. 1-13, 2001.
- DAHL, Robert. *Sobre a Democracia*. Brasília: Editora da UnB, 1998.
- BOHMAN, James. *Democracy across borders: from Dêmos to Dêmoi*. Cambridge: The MIT Press, 2007.
- BOMENY, Helena Maria Bousquet. *Paraíso tropical: a ideologia do civismo na TVE do Maranhão*. Rio de Janeiro: Achiamé, 1981.

- BOULIANNE, Shelley. Does Internet use affect engagement? *A MetaAnalysis of Research, Political Communication*, v. 26, n. 2, p. 193-211, 2009.
- BOURDIEU, Pierre. A opinião pública não existe. *Les Temps Modernes*, v. 318, 1973.
- BOURDIEU, Pierre. Le Capital Social: Notes Provisoires. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n. 31, p. 2-3, 1980.
- BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Tradução Fernando Tomaz. Lisboa: Difel, 1989.
- BRAGA, Sérgio; NICOLAS, Maria; CRUZ, Letícia. ¿Representantes Web 2.0? Perfil sociopolítico y uso de internet por los parlamentarios sudamericanos. *Alacip/2010*.
- BRAITHWAITE, Valerie; LEVI, Margaret. *Trust and governance*. Nova York, Russell Sage Foundation. 1998.
- BRINK, David. Millian Principles, Freedom of Expression and Hate Speech. *Legal Theory*, v. 7, p. 119-157, 2001. Disponível em <<http://davidobrink.com/sites/default/files/publications/MillianPrinciplesFreedomMillianPrinciplesFre.pdf>>. Acesso em 22 de junho de 2014.
- BROWN, James. *Técnicas de Persuasão – Da propaganda à lavagem cerebral*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1971.
- BROWN, Archie; GRAY, Jack (org.). *Political Culture and Political Change in Communist States*. New York: Holmes & Meier, 1979.
- BUCCI, Eugênio. Comunicação digital. In: SAVAZONI, R; COHN, S. (org.). *Cultura digital.br*. Rio de Janeiro: Beco do Azougue. 2009. p. 203-213.
- BUCHSTEIN, Hubertus. Bytes that bite: the internet and deliberative democracy. *Constellations*, v. 4, n. 2, p. 248-263, 1997. Disponível em <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1467-8675.00052/abstract>>. Acesso em 17 de janeiro de 2016.
- CABRAL, Ana Maria R. Ciência da informação, a cultura e a sociedade informacional. In: REIS, Alcenir Soares; CABRAL, Ana Maria (org.). *Informação, cultura e sociedade: interlocuções e perspectivas*. Belo Horizonte: Novatus, 2007. p. 29-48.
- CAPPELLA, Joseph; JAMIESON, Kathleen. *Spiral of cynicism: the press and the public good*. Oxford, Oxford University Press. 1997.
- CARMINES, Edward; ENSLEY, Michael; WAGNER, Michael. Who fits the left-right divide? Partisan polarization in the American electorate. *American Behavioral Scientist*, v. 56, n. 12, p. 1631-1653, 2012. Disponível em <<http://users.polisci.wisc.edu/behavior/Papers/Wagner2012.pdf>>. Acesso em 16 set. 2016.
- CARVALHO, Aline. Indignados globais por uma cultura política digital. *Revista Lugar Comum*, n. 35-36, p. 201-209, 2012.

- CASTELLS, Manuel. *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 2007.
- CASTELLS, Manuel. *Communication power*. New York: Oxford University Press, 2009.
- CASTELLS, Manuel. *Redes de Indignation y Esperanza: los movimientos sociales en la era de la internet*. Madrid: Alianza Editorial, 2012.
- CASTRO, Henrique. Cultura política: a tentativa de construção de um conceito adequado à América Latina. *Revista de Estudos e Pesquisas sobre as Américas*, v. 2, n.1, 2008. Disponível em <<http://www.repam.org/edicoes/02/index.html>>. Acesso em 27 fev. 2014.
- CASTRO, Lucia Rabello de. Juventude e Socialização Política: Atualizando o debate. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, v. 25, n. 4, p. 479-487, 2009.
- CHILCOTE, Ronald. *Theories of Comparative Politics*. Boulder, Westview Press. 1994.
- COGBURN, Derrick; ESPINOZA-VASQUEZ, Fatima. From networked nominee to networked nation: Examining the impact of Web 2.0 and social media on political participation and civic engagement in the 2008 Obama campaign. *Journal of Political Marketing*, v. 10, n. 1-2, p. 189-213, 2011.
- COHEN-ALMAGOR, Raphael. Fighting Hate and Bigotry on the Internet. *Policy & Internet*. v. 3, n. 3, 2011. Disponível em <<http://www.hull.ac.uk/rca/docs/articles/hate-bigotry.pdf>>. Acesso em 18 abr. 2016.
- COIMBRA, Michele. O discurso do ódio nos sites de redes sociais: o universo dos haters no casp #eunãomereçoserestuprada. Apresentado no *VII Simpósio Nacional da ABCiber*. 2014.
- COLEMAN, James. *Social Capital in the Creation of Human Capital*. Supplement: Organizations and Institutions: Sociological and Economic Approaches to the Analysis of Social Structure, 1988. p. S95-S120. Disponível em <http://onemvweb.com/sources/sources/social_capital.pdf>. Acesso em 27 dez. 2012.
- COLEMAN, James. Rationality and the justification of democracy. In. BRENNAN, G. e LOMASKY, L. E. (org). *Politics and process*. 1989. Cambridge, Cambridge University Press, p. 194-221.
- COLEMAN, James. *Foundations of social theory*. Cambridge: The Belknap Press of Harvard University Press, 1994.
- CONOVER, Michael; RATKIEWICZ, Jacob; FRANCISCO, Matthew; GONÇALVES, Bruno; MENCZER, Filippo; FLAMMINI, Alessandro. Political Polarization on Twitter. Apresentado no *Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*,

- p. 89-96, 2011. Disponível em <<http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM11/paper/view/2847>>. Acesso em 12 ago. 2016.
- CORNWELL, Nancy; ORBE, Mark. Critical Perspectives on Hate Speech: The Centrality of 'Dialogic Listening'. *International Journal of Listening*, v. 13, n. 1, p. 75-96. 1999.
- CRUZ, Fábio. *A cultura da mídia no Rio Grande do Sul: O caso MST e Jornal do Almoço*. Editora Educat-Pelotas, 2006.
- DAHL, Robert. *Poliarquia*. São Paulo: Edusp, 1997.
- DAHL, Robert. *Sobre a Democracia*. Brasília: Editora da UnB, 1998.
- DAHL, Robert. *Sobre a Democracia*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.
- DAHLGREEN, Peter. The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation. *Political Communication*, v. 22, p. 147-162, 2005.
- DALTON, Russell; KITTILSON, Miki. Virtual Civil Society in the United States and Australia. *Australian Journal of Political Science*, v. 47, n. 1, p. 11-29, 2012.
- DALTON, Russell; WELZEL, Christian. Introduction. In.: DALTON, Russell; WELZEL, Christian (org.). *The civic culture transformed*. Cambridge University Press. 2014a.
- DALTON, Russell; WELZEL, Christian. Political Culture and Value Change. In.: DALTON, Russell; WELZEL, Christian (org.). *The civic culture transformed*. Cambridge University Press. 2014b.
- DAWSON, Richard; PREWITT, Kenneth. *Political Socialization*. Little, Brown & Company, 1969.
- DEWEY, John. *La opinion pública y sus problemas*. Madrid: Ediciones Morata, 2004.
- DIAMOND, Larry. Causes and Effects. In. DIAMOND, L. (org). *Political Culture and Democracy in Developing Countries*. Boulder, Lynne Rienner Publishers. 1994. p. 229-250.
- DIAMOND, Larry. Liberation Technology. *Journal of Democracy*, v. 21, p. 69-83, 2011.
- DIAMOND, Larry; MORLINO, Leonardo. The quality of democracy. *Journal of Democracy*, v. 15, p. 20-31, 2004.
- DOWNS, Daniel; COWAN, Glória. Predicting the Importance of Freedom of Speech and the Perceived Harm of Hate Speech. *Journal of applied Social Psychology*, v. 42, n. 6, p. 1353-1375, 2012. Disponível em <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1559-1816.2012.00902.x/epdf?r3_referer=wol&tracking_action=preview_click&show_checkout=1&purchase_referrer=www.google.com.br&purchase_site_license=LILICE_N_DENIED>. Acesso em 5 mar. 2015.

- DUFFY, Margaret. Web of Hate: a Fantasy Theme Analysis of the Rhetorical Vision of Hate Groups Online. *Journal of Communication Inquiry*, v. 27, p. 291-312, 2003. Disponível em <<http://jci.sagepub.com/content/27/3/291.abstract>>. Acesso em 5 mar. 2015.
- DURSTON, John. Capital social. Parte del problema, parte de la solución. Su papel em la persistência y la superación de la pobreza em la América Latina y el Caribe. *Documento de Referencia*. Santiago Del Chile: CEPAL. 2001.
- DYSON, Esther. *Release 2.0*. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- EASTON, David. *Uma teoria de análise política*. Rio de Janeiro: Zahar, 1968.
- EASTON, David; DENNIS, Jack. *Children in political system: origins of political legitimacy*. New York: McGraw-Hill, 1969.
- EGLER, Tamara Tania Cohen. Redes tecnossociais e democratização das políticas públicas. *Sociologias*, Porto Alegre, n. 23, p. 208-236, 2010.
- EHMAN, Lee. The American school in the political socialization process. *Review of Educational Research*, v. 50, p. 99- 119, 1980.
- EICOS. ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DE COMUNIDADES E ECOLOGIA SOCIAL – EICOS. *Empoderamento: participação, solidariedade e desenvolvimento*. p. 1, 2006. Disponível em <<http://www.eicos.psych.ufrj.br/portugues/empoderamento/empoderamento.hth>>. Acesso em 03 mar. 2016.
- EISENBERG, José. Internet, Democracia y Republica. *Rede Interamericana de Educación de Adultos*, v. 28, p. 175, 2006.
- ELLISON, Nicole; STEINFELD, Charles; LAMPE, Cliff. The benefits of Facebook “friends”: Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 12, p. 1143-1168, 2007.
- ELTIS, Karen. Hate Speech, Genocide, and Revisiting the “Marketplace of Ideas”. *Digital Age*, v. 43, n. 2, p. 267-279, 2012. Disponível em <<http://lawcommons.luc.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1016&context=luclj>>. Acesso em 14 mar. 2015.
- ENTMAN, Robert M. *Democracy Without Citizens: Media and the Decay of American Politics*. Oxford, Oxford University Press, 1989.
- ERJAVEC, Karmen; KOVAČIČ, Melita. Abuse of Online Participatory Journalism in Slovenia: Offensive Comments under News Items. *Medij. istraž.* v. 19, n. 2, p. 55-73, 2013. Disponível em <<https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&vev=0ahUKEwjX2sC-hqHPAhVITZAKHWW6DIQQFggqMAM&url=http%3A%2F%2Fhrcaak.srce.hr%2Ffile%2F165843&usq=AFQjCNGUWBSA8T4YXiiOUxYoHnCLL0wQPw&sig2=L2Q83>>

- O3zy35aMUtXEV-QSg&bvm=bv.133387755,d.Y2I&cad=rja>. Acesso em 17 out. 2016.
- FAORO, Raymundo. *Os donos do poder*. Rio de Janeiro, Globo, 1975.
- FEDOZZI, Luciano. Cultura política e Orçamento Participativo. *Cadernos Metrópole*, v. 11, n. 22, p. 385-41, 2009.
- FEENBERG, Andrew. *Between reason and experience*. Cambridge, Mass MIT Press. 2010.
- FERDINAND, Peter. The internet, democracy and democratization. *Democratization*, v. 7, n. 1, p. 1-17. 2007.
- FINLEY, Moses. *Democracia antiga e moderna*. Rio de Janeiro, Edições Graal, 1988.
- FIORINA, Morris; ABRAMS, Samuel. Political polarization in the American Public. *Annual Review of Political Science*, v. 11, p. 563-588, 2008. Disponível em <<http://www.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev.polisci.11.053106.153836>>. Acesso em 30 abr. 2016.
- FOGHAMMAR, Ludvig. Effects of internet usage on tolerance - a field study in Niue. *Dissertação de Mestrado do Departamento de Economia da Lund University School of Economics and Management*. 2012. 44 p. Disponível em <<https://liveatlund.lu.se/intranets/LUSEM/NEK/mfs/MFS/221.pdf>>. Acesso em 2 abr. 2016.
- FOOT, Kirsten; XENOS, Michael; SCHNEIDER, Steven; KLUVER, Randolph; JANKOWSKI, Nicholas. Electoral web production practices in cross-national perspective: the relative influence of national development, political culture, and web genre. In: CHADWICK, Andrew; HOWARD, Philip (org.). *Routledge Handbook of internet politics*. Taylor & Francis Group, 2009.
- FREIRE, Paulo. *Pedagogia da Esperança: um reencontro com a Pedagogia do Oprimido*, São Paulo: Paz e Terra, 1992.
- FREIRE, Isa. Informação e educação: parceria para inclusão social. *Inclusão Social*, Brasília, v. 2, n. 2, 2007.
- FREIRE FILHO, J. A comunicação passional dos fãs: expressões de amor e de ódio nas redes sociais. In: BARBOSA, Marialva; MORAIS, Osvando (org.). *Comunicação em tempo de redes sociais: afetos, emoções, subjetividades*, p. 127-154. São Paulo: INTERCOM, 2013.
- FREYRE, Gilberto. *Casa-grande & senzala*. 25. ed. RJ: José Olympio. 1986.
- FRIESTAD, Marion; WRIGHT, Peter. The Next Generation: Research for Twenty-First-Century Public Policy on Children and Advertising. *Journal of Public Policy & Marketing*, v. 24, p. 183-85, 2005.

- FUKUYAMA, Francis. Capital Social. In: HARRISON, Lawrence; HUNTINGTON, Samuel (org.). *A cultura importa*. Rio de Janeiro: Record, 2002. p. 155-171.
- GADEA, Carlos. Manifestação jovem de Porto Alegre: uma crítica a instrumentalização da vida. In: ALVES, Giovanni; ROCHA, Bruno Lima; GADEA, Carlos; ALVES, Giovanni; COCCO, Giuseppe; VIANA, Luiz Werneck; RICCI, Rudá (org.). *#VEMpraRUA: outono brasileiro? leituras*. Caderno IHU Ideias, ano II, n. 191, 2013. p.12-22.
- GALSTON, William. If political fragmentation is the problem, is the Internet the solution? In: ANDERSON, Davi; CORNFIELD, Michael (org.). *The civic web: Online politics and democratic values*. EUA, Rowman & Littlefield. 2003. p. 35-44.
- GARBIN, Elisabete Maria. Cultur@as juvenis, indentid@ades e Internet: questões atuais? *Revista Brasileira de Educação*, n. 23, 2003.
- GARCÊZ, Regiane. Luta por reconhecimento e participação política no Orkut. In: MAIA, R.; GOMES, W.; MARQUES, F. P. (org.). *Internet e participação política no Brasil*. Porto Alegre: Sulina, 2011. p. 231-256.
- GARRETT, Kelly; JOHNSON, Benjamin; NEO, Rachel; DAL, Aysenur. Implications of proand counterattitudinal information exposure for affective polarization. *Human Communication Research*, v. 40, n. 3, p. 309-332, 2014. Disponível em <<http://wp.comm.ohio-state.edu/misperceptions/wp-content/uploads/2013/06/Garrett-et-al-AffectPolarization-ICA13.pdf>>. Acesso 3 ago. 2016.
- GARTON, Laura; HARTHORNTHWAITE, Caroline; WELLMAN, Barry. Studying Online Social Networks. *Journal of Computer Mediated Communication*, v. 3, n. 1, 1997. Disponível em <<http://www.ascusc.org/jcmc/vol3/issue1/garton.html>>. Acesso em 12 abr. 2014.
- GHANNAM, Jeffrey. *Social Media in the Arab World: Leading up to the Uprisings of 2011* [relatório]. Washington, D.C: Center for International Media Assistance (CIMA), 2011. Disponível em <http://cima.ned.org/sites/default/files/CIMA-Arab_Social_Media-Report_2.pdf>. Acesso em 16 ago. 2015.
- GIBSON, James. The political consequences of intolerance: cultural conformity and political freedom. *American Political Science Review*, v. 86, n. 2, p. 338-356, 1992.
- GIBSON, James; ANDERSEN, Arthur. The political implications of elite and mass tolerance. *Political Behavior*, v. 7, p. 118-146, 1985.
- GIBSON, James; Bingham, Richard. On the conceptualization and measurement of political tolerance. *American Political Science Review*, v. 76, p. 603-620, v. 76. Disponível em <<https://pages.wustl.edu/files/pages/imce/jlgibson/apsr1982.pdf>>. Acesso em 3 abr. 2016.
- GIBSON, Rachel; NIXON, Paul; WARD, Stephen. *Political parties and the internet: net again?* London, Routledge, 2003

- GIBSON, Rachel; WARD, Stephen. (Org.). *Revigorating democracy? British politics and the internet*. Aldershot, Aldergate, 2000.
- GIMMLER, Antje. Deliberative democracy, the public sphere and the internet. *Philosophy and Social Criticism*, v. 27, n. 4, 2001.
- GOMES, Wilson. A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política. *Fronteiras: Estudos Midiáticos*, v. 8, n. 3, p. 214-222, 2005.
- GOMES, Wilson. Da discussão a esfera pública. In: GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley (org.). *Comunicação e democracia: problemas e perspectiva*. São Paulo: Paulus, 2008.
- GOMES, Wilson; FERNANDES, Breno; REIS, Lucas; SILVA, Tarcizio. Politics 2.0": a campanha online de Barack Obama em 2008. *Revista de Sociologia e Política* (UFPR. Impresso), v. 17, p. 29-45, 2009.
- GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C. M. *Comunicação e democracia: problemas e perspectivas*. São Paulo: Paulus, 2008.
- GONZÁLEZ, Rodrigo. Capital social, ação coletiva e orçamento participativo. In: BAQUERO, M. (org.). *Reinventando a sociedade na América Latina – cultura política, gênero, exclusão e capital social*. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2001. p. 150-172.
- GRANJON, Fabien. *L'internet militant – mouvement social et usages des réseaux télématiques*. Paris: Éditions Apogée. 2001.
- GREENSTEIN, Fred. *Children and politics*. New Haven: Yale University Press. 1965.
- GROSSBART, Sanford; HUGHES, Stephanie; PRYOR, Susie. YOST, Amber. Socialization Aspects of Parents, Children, and the Internet. *Advances in Consumer Research*, v. 29, p. 66-70, 2002. Disponível em <<http://www.acrwebsite.org/volumes/8559/volumes/v29/NA-29>>. Acesso em 3 out 2015.
- GROSSI, Márcia; COSTA, José; SANTOS, Ademir. A exclusão digital: o reflexo da desigualdade social no Brasil. *Nuances: estudos sobre Educação*, v. 24, n. 2, p. 68-85, 2013.
- HABERMAS, Jurgen. Três modelos normativos de democracia. *Lua Nova*. Cedec, São Paulo, n.36, p.39-53, 1995.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A. 1997.
- HAQUE, Jahanzaib. *Hate Speech: A study of pakistan's cyberspace*. Bytesforall, 2014. Disponível em <http://content.bytesforall.pk/sites/default/files/Pakistan_Hate_Speech_Report_2014.pdf>. Acesso em 2 set. 2016.

- HARRIS, Candida; ROWBOTHAM, Judith; STEVENSON, Kim. Truth, law and hate in the virtual marketplace of ideas: perspectives on the regulation of Internet content. *Information & Communications Technology Law*, v. 18, n. 2, p. 155-184, 2009.
- HARVEY, David. *Condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola, 1992.
- HEGEL, Georg Wilhelm Friedrich. *Lecciones sobre la filosofia de la historia universal*. Trad. José Gaos. Madrid: Alianza, 1975.
- HEIM, Michael. *The metaphysics of virtual reality*. Oxford: Oxford University Press, 1993.
- HELD, David. *Models of Democracy*. Cambridge: Polity Press, 2006.
- HELSPER, Ellem; EYNON, Rebecca. Digital natives: Where is the evidence? *British Educational Research Journal*, v. 36, p. 503-520, 2010.
- HENRY, Jéssica. Beyond free speech: novel approaches to hate on the Internet in the United States. *Information & Communications Technology Law*, v. 18, n. 2, p. 235-251, 2009.
- HESS, Robert; TORNEY, Judith. *The development of political attitudes in children*. Garden City, NY: Doubleday. 1967.
- HETHERINGTON, March. J. The political relevance of political trust. *American Political Science Review*, v. 92, n. 4, p. 791-808, 1998.
- HETHERINGTON, March; ROUSH, Carolyn. Perceiving the other side: Toward a new understanding of mass polarization. Trabalho apresentado na 61ª Annual Conference of the Midwest Political Science Association, Chicago, 2013.
- HIGGINS, Silvio Salej. *Fundamentos Teóricos do Capital Social*. Chapecó: Argos Ed. Universitária, 2005.
- HILL, Kevin; HUGHES, John. Is the internet an instrument of global democratization? *Democratization*, v. 6, n. 2, p. 99-127. 2007.
- HINCKLEY, Robert. The Internet, Authoritarianism, and Political Intolerance. Apresentado no Encontro Anual do Consórcio Europeu de Pesquisa Política de 2015. Montreal, Canadá. 2015. Disponível em <<https://ecpr.eu/Filestore/PaperProposal/dc1cc3ca-d703-4e38-b8d5-13bb066cddb4.pdf>>. Acesso em 17 abr. 2016.
- Ho, K.C., KLUVER, Randolph; YANG, Kenneth. Asia encounters the Internet. In.: Ho, K.C., KLUVER, Randolph; YANG, Kenneth (org.). *Asia.com: Asia Encounters the Internet*. London and New York: RoutledgeCurzon. 2003.
- HOLANDA, Sérgio Buarque de. *Raízes do Brasil*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1969.
- HOOGE, Marc. Television and civic attitudes: the effect of television time programmes and stations. *Ethical Perspectives*, v. 9, n. 4, 2002.

- HOOGHE, Marc; OSER, Jennifer. Internet, television and social capital: The effect of screen time on social capital. *Information, Communication and Society*, v. 18, n. 10, p. 1175-1199, 2015.
- HOSKINS, Bryony; VILLALBA, Ernesto; VAN NIJLEN, Daniel; BARBER, Carolyn. *Measuring Civic Competence in Europe: A composite Indicator based on IEA Civic Education Study 1999 for 14 years old in School*. Ispra: European Commission, 2008. Disponível em <http://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC42904/bryonycci_jrc42904_final.pdf>. Acesso em 16 set. 2015.
- HUNTINGTON, Samuel. *The Third Wave: Democratization in the Late Twentieth Century*. Norman, OK and London: University of Oklahoma Press. 1991.
- HYMAN, Herbert. *Political socialization*. New York: Free Press, 1959.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Censo 2005*. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2005/>>. Acesso em 28 mar. 2014.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Censo 2013*. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/estimativa2013/>>. Acesso em 13 abril. 2016.
- INGLEHART, Ronald. The Renaissance of Political Culture. *American Political Science Review*, Washington, D. C., v. 82, n. 4, p. 1203-1229, 1988.
- INGLEHART, Ronald. Cultura e Democracia. In: HARRISON, Lawrence e HUNTINGTON, Samuel (org.). *A cultura importa*. Rio de Janeiro: Record, 2002. p. 133-153.
- INGLEHART, Ronald; WELZEL, Cristian. *Modernization, Cultural Change, and Democracy: The Human Development Sequence*. Cambridge: Cambridge University. 2005.
- FREEDOM HOUSE. *Instituto Freedom House*. Disponível em <<https://freedomhouse.org/>>. Acesso em 6 ago. 2015.
- ISHITANI, Lucila. Uma Arquitetura para Controle de Privacidade na Web. Tese de Doutorado. Belo Horizonte, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Computação, Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG, 2003.
- IYENGAR, Shanto; SOOD, Gaurav; LELKES, Yphtach. Affect, not ideology: a social identity perspective on polarization. *Public Opinion Research*. 2012. Disponível em <<https://pcl.stanford.edu/research/2012/iyengar-poq-affect-not-ideology.pdf>>. Acesso 3 ago. 2016.
- JENKINS, Henry; THORBURN, David. *Democracy and New Media*. The MIT Press. 2003.

- JENNINGS, M. Kent; NIEMI, Richard. The Transmission of Political Values from Parent to Child. *American Political Science Review*, v. 62, p. 169-184, 1968.
- JENNINGS, M. Kent; NIEMI, Richard. *The Political Character of Adolescents*. Princeton: Princeton University Press. 1974.
- KATZ, Daniel. The functional approach to the study of attitude. *Public Opinion Quarterly*, v. 24, p. 163-204, 1960. Disponível em <http://psych.colorado.edu/~chlo0473/teaching/2015_F/articles/Katz_1960.pdf>. Acesso em 3 ago. 2016.
- KEIL, Ivete. Dos jovens contestadores aos jovens de hoje: uma nova forma de participação na pólis? In: BAQUERO, Marcello (org.). *Democracia, juventude e capital social no Brasil*. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2004.
- KENSKI, Kate; STROUD, Natalie. Connections between Internet use and political efficacy, knowledge, and participation. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, v. 50, n. 2, p. 173-192, 2006. Disponível em <<https://arizona.pure.elsevier.com/en/publications/connections-between-internet-use-and-political-efficacy-knowledge>>. Acesso 3 ago. 2015.
- KLIKSBERG, Bernardo. *Capital Social y Claves Olvidadas del Desarrollo*. INDES/BID.1999.
- KLUVER, Randolph. Political culture in online politics. In: CONSALVO, M.; ALLEN, M. (org.). *Internet Ressearch Annual, Newbury Park, CA: Sage Publications*. 2005. p. 75-84.
- KLUVER, Randolph; BANERJEE, Indrajit. Political Culture, regulation, and democratization. The internet in nine Asian nations. *Information, Communication & Society*, v. 8, n. 1, p. 30-46, 2005.
- KOROTAYEV, Aandrey; ZINKINA, Julia. Egyptian Revolution: A demographic structural analysis. *Entelequia*, n.13, p.139-169, 2011. Disponível em <<http://www.eumed.net/entelequia/pdf/2011/e13a09.pdf>>. Acesso em 4 fev. 2016.
- KUO, Feng-Yang; YOUNG Mei-Lien. Predicting knowledge sharing practices through intention: A test of competing models. *Computers in Human Behavior*, v. 24, p. 2697-2722, 2008.
- LAMB, Roberta; POSTER, Mark. Transitioning toward an internet culture: an interorganizational analysis of identity construction from online services to intranets. In: WYNN, E.; WHITLEY, E.; MYERS, M.; DEGROSS, J. (org.). *Global and organizational discourse about information technology*. Norwell, USA: Kluwer Academic Publishers, 2003.
- LAMOUNIER, Bolivar; SOUZA, Amaury. *A feitura da nova constituição: um exame da cultura política brasileira*. Planejamento e políticas públicas. IPEA, n. 2, 1994.
- LASSWELL, Harold. *The Structure and Function of Communication in Society*. The Communication of Ideas. New York: Institute for Religious and Social Studies. 1948.

- LATTMAN-WELTMAN, Fernando. Mídia e transição democrática: a (des)institucionalização do pan-óptico no Brasil. In.: LATTMAN-WELTMAN, F.; Abreu, A.; KORNIS, M (org.). *Mídia e política no Brasil: Jornalismo e ficção*. Editora FGV, Rio de Janeiro, 2003.
- LEBRUN, Jean Pierri. *O futuro do ódio*. Porto Alegre: CMC, 2008.
- LEETS, Laura. Responses to Internet Hate Sites: Is speech too free in cyberspace? *COMM. L. & POL'Y*, p. 287-317, 2001. Disponível em <<http://faculty.georgetown.edu/lll27/files/leets7.pdf>>. Acesso em 19 jul. 2016.
- LEETS, Laura. Experiencing Hate Speech: Perceptions and Responses to Anti-Semitism and Antigay Speech. *Journal of Social Issues*, v. 58, n. 2, p. 341-361, 2002. Disponível em <<http://faculty.georgetown.edu/lll27/files/leets5.pdf>>. Acesso em 19 jul. 2016.
- LEETS, Laura; GILES, Howard. Harmful speech in intergroup encounters: An organizational framework for communication research. In.: ROLOFF, M. (org.), *Communication yearbook*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications. 1999. p. 91-137.
- LENKOVA, Mariana (org.). *Hate Speech in the Balkans*. International Helsinki Federation for Human Rights (IHF). 1998. Disponível em <<http://www.greekhelsinki.gr/pdf/hatespeech.pdf>>. Acesso em 29 jun. 2016.
- LEVINE, Daniel; MOLINA, José. La calidad de la democracia en América Latina: Una visión comparada. *América Latina Hoy*, Salamanca, n. 45, p. 17-46, 2007.
- LÉVY, Pierre. *O que é o virtual*. São Paulo: Ed. 34, 1999.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. 2.ed. São Paulo: Ed. 34, 2000.
- LIJPHART, Arend. *Modelos de Democracia: desempenho e padrões de governo em 36 países*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.
- LIMA, Venício A. de. *Mídia: teoria e política*. São Paulo: Perseu Abramo, 2002.
- LIN, Caroline. Interactive media technology and electronic shopping. In.: LIN, C.; ATKIN, D. (org.), *Communication technology and social change: Theory and implications*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum. 2007. p. 203-222
- LIVINGSTONE, Sonia; HELSPER, Ellen. Taking risks when communicating on the internet: the role of offline social-psychological factors in young people's vulnerability to online risks. *Information, communication and society*, v. 10, n. 5, p. 619-643, 2007. Disponível em <<https://pdfs.semanticscholar.org/f0ff/a916f3ed91df96df965d12da32c0f7732957.pdf>>. Acesso em 3 ago. 2016.
- LUCAS, João Ignácio Pires. Juventude e antipolítica no Brasil. Um estudo de cultura política e ideologia. 2003. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Programa de

- Pós-Graduação em Ciência Política, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2003.
- LYNCH, Marc. After Egypt: The Promise and Limits of Social Media. *Perspectives on Politics*, v. 9, p. 301-318, 2011.
- LYNCH, Marc. How the Media Trashed The Transitions. *Journal of Democracy*, v. 26, n. 4, p. 90-99, 2015.
- MACHADO, Joice Ribeiro; TIJIBOY, Ana Vilma. Redes Sociais Virtuais: um espaço para efetivação da aprendizagem cooperativa. *Novas Tecnologias na Educação*, v. 3, n. 1, 2005.
- MAIA, Rousiley. Democracia e a internet como esfera pública virtual: aproximação às condições da deliberação. In: GOMES, W.; MAIA, R. C. M. (org.) *Comunicação e democracia: problemas e perspectivas*. São Paulo: Paulus, 2008. p. 277-292.
- MAIA, Rousiley; CASTRO, Maria Ceres Pimenta Spínola (org). *Mídia, esfera pública e identidades coletivas*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.
- MAINWARING, Scott; BEJARANO, Ana Maria; LEONGÓMEZ, Eduardo. *The crisis of democratic representation in the Andes*. Stanford, California: Stanford University Press, 2006.
- MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. *@ internet e # rua: ciberativismo e mobilizações nas redes sociais*. Porto Alegre, Editora Sulina, 2013.
- MARCUS, George; SULLIVAN, John; THEISS-MORSE, Elizabeth; WOOD, Sandra. *With malice toward some: How people make civil liberties judgments*. New York: Cambridge University Press. 1995.
- MARGOLIS, Michael; MORENO-RIAÑO, Gerson. *The prospect of Internet democracy*. Burlington: Ashgate Publishing. 2013. Disponível em <<https://www.cambridge.org/core/journals/perspectives-on-politics/article/the-prospect-of-internet-democracy-by-margolismichael-and-moreno-rianogerson-burlington-vt-ashgate-2009-200p-9995/B4BA80FA63EE4EAA63EDAD3732A6C2A1>>. Acesso em 3 ago. 2016.
- MARQUES, Francisco; SAMPAIO, Rafael. Internet e Eleições 2010 no Brasil: Rupturas e continuidades nos padrões mediáticos das campanhas políticas online. *Galáxia* (São Paulo. Online), v. 22, p. 208-221, 2011.
- MARQUES, Francisco. *Ciberpolítica* [recurso eletrônico]. Salvador: EDUFBA, 2016.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. *Teoria da Comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2009.
- MATOS, Heloiza. Capital social, Internet e TV: Controvérsias. *Organicom*, ano 5, n. 8, p. 24-35, 2007.
- MATOS, Heloiza. *Capital Social e Comunicação: interfaces e articulações*. São Paulo: Summus, 2009.

- MCCLOSKEY, Herbert; BRILL, Alida. *Dimensions of tolerance*. Russell Sage Foundation, 1983.
- MCGONAGLE, Tarlach. *The Council of Europe against online hate speech: Conundrums and challenges*. EXPERT PAPER. Institute for Information Law. Faculty of Law University of Amsterdam. 2012. Disponível em <<https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=09000016800c170f>>. Acesso em 12 de agosto de 2016.
- MEAD, Margaret. *Culture and Commitment: A Study of the Generation Gap*. New York: Natural History Press/Doubleday & Company, Inc. 1970.
- MELUCCI, Alberto. *Challenging codes – collective action in the information age*. Cambridge: Cambridge University Press. 1996.
- MERVIN, David. The news media and Democracy in the United States. In: RANDALL, Vicky (org.). *Democratization and the Media*. London/Portland: Frank Cass, 1998.
- MESQUITA, Nuno. Mídia e Democracia no Brasil: Jornal Nacional, crise política e confiança nas instituições. *Tese de Doutorado*, 2008. Departamento de Ciência Política da Universidade de São Paulo. 237p
- MESQUITA, Nuno. Jornal Nacional, democracia e confiança nas instituições democráticas. In.: MOISÉS, José (org.). *Democracia e confiança*. Por que os cidadãos desconfiam das instituições públicas? São Paulo: EDUSP. 2010.
- MIGUEL, Luiz Felipe. Mídia e manipulação política no Brasil: a Rede Globo e as eleições presidenciais de 1989 à 1998. *Comunicação & Política*. n. s., v. XI, n. 2, p. 119-137, 1998.
- MIGUEL, Luiz Felipe Miguel. Os meios de comunicação e a prática política. *Revista Lua Nova*, n. 55-56, 2003.
- MIGUEL, Luiz Felipe. A mídia e o declínio da confiança na política. *Sociologias*, Porto Alegre, ano 10, n. 19, p.250-273, 2008.
- MITRA, Ananda. Voices of the marginalized on the internet: examples from a website for women of South Asia. *Journal of Communication*, v. 54, n. 3, p. 492-510, 2004.
- MOELLER, Judith; VREESE, Claes. The differential role of the media as an agent of political socialization in Europe. *European Journal of Communication*. v. 28, n. 3, p. 309-325, 2013.
- MOISÉS, José Álvaro. *Os brasileiros e a democracia*. Bases Socio-políticas da legitimidade democrática. São Paulo, Ática, 1995.
- MOISÉS, José Álvaro. Estrutura institucional do setor cultural no Brasil. In: MOISÉS, José Álvaro (org.). *Cultura e democracia*. Rio de Janeiro: Edições Fundo Nacional de Cultura, 2001, p.13-55.
- MOISES, José Álvaro. A desconfiança nas instituições democráticas". *Opinião Pública*, v. 11, n. 1, p. 33-63, 2005.

- MOISÉS, José Álvaro. Cultura Política, Instituições e Democracia Lições da Experiência Brasileira. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 23, n. 66, São Paulo, 2008.
- MOISÉS, José Álvaro. *Democracia e confiança: Por que os cidadãos desconfiam das instituições públicas?* São Paulo: Edusp, 2010.
- MOISÉS, José Álvaro. Cidadania, confiança política e instituições democráticas. In.: MOISÉS, J. A.; MENEGUELLO, Rachel (org.). *A desconfiança política e os seus impactos na qualidade da democracia*. São Paulo: EDUSP. 2013.
- MONASTÉRIO, Leandro M. Medindo o capital social: uma análise das regiões do Rio Grande do Sul. In: CORREA, Silvio Marcus de S (org.). *Capital social e desenvolvimento regional*. Santa Cruz do Sul: Ed Edunisc, 2003. p. 61-84.
- MUSIAL, Katarzyna; KAZIENKO, Przemysław. Social networks on the Internet. *World Wide Web*, v. 16, n. 1, p. 31-72, 2011.
- NAZZARI, Rosana Kátia. *Socialização política e a construção da cidadania no Paraná*. Curitiba/PR, Editora Edunioeste. 2003.
- NAZZARI, Rosana Katia. Desenvolvimento sustentável e capital social: confiança, cooperação e participação política no Paraná. Trabalho apresentado no *III Seminário do Centro de Ciências Sociais Aplicadas*. Cascavel, 2004. Disponível em <http://www.unioeste.br/campi/cascavel/ccsa/IIISeminario/artigos/Artigo%2012.pdf> >. Acesso em 3 janeiro de 2017.
- NAZZARI, Rosana Kátia. Capital social e socialização política dos jovens no Brasil. *Educação Unisinos*, v. 9, p. 145-154, 2005.
- NAZZARI, Rosana Kátia. Visibilidade e empoderamento dos jovens na política pública brasileira. Apresentado no *SEMINÁRIO NACIONAL SOCIOLOGIA E POLÍTICA, Tendências e desafios contemporâneos*. Curitiba: UFPR, 2010. p. 3-24. Disponível em: <http://www.seminariosociologiapolitica.ufpr.br/anais/GT08/Rosana%20Katia%20Nazzari%20et%20alli.pdf>>. Acesso em 27 set. 2015.
- NEGRINE, Ralph. *The Communication of Politics*. London/Thousand Oaks/New Dehli: Sage, 1996.
- NEMES, Irene. Regulating Hate Speech in Cyberspace: Issues of Desirability and Efficacy. *Information & Communications Technology Law*, v. 11, n. 3, p. 193-220, 2002.
- NEUENFELD, Débora Raquel. Capital social e desenvolvimento: um estudo exploratório a partir da dimensão confiança e do índice de desenvolvimento humano. 2008. 151 f. *Dissertação* (Mestrado em Administração) - Curso de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

- NEWTON, Kenneth. Mass media effects: mobilization or media malaise? *British Journal of Political Science*, v. 29, n. 4, 1999.
- NIE, Norman; JUNN, Jane; STEHLIK-BARRY, Kenneth. *Education and Democratic Citizenship in America*. Chicago: University of Chicago Press. 1996.
- NIELSEN, Laura. Subtle, Pervasive, Harmful: Racist and Sexist Remarks in Public Hate Speech, *Journal of Social Issues*, v. 58, n. 2, p. 265-280, 2002. Disponível em <https://www.academia.edu/626883/Subtle_pervasive_harmful_Racist_and_sexist_remarks_in_public_as_hate_speech>. Acesso em 3 ago. 2016.
- NIEMI, Richard; HEPBURN, Mary. The Rebirth of Political Socialization. *Perspectives on Political Science*, v. 24, p. 7–16, 1995. Disponível em <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10457097.1995.9941860>>. Acesso em 17 jun. 2016.
- NORRIS, Pippa et al. *On Message: communicating the campaign*. London/Thousand Oaks/New Dehli: Sage, 1999
- NORRIS, Pippa. *A Virtuous Circle: political communications in post-industrial democracies*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.
- NORRIS, Pippa. *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. Cambridge University Press: Cambridge. 2001.
- NORRIS, Pippa. Does television erode social capital? A reply to Putnam. *PS – Political Science and Politics* XXIX, 2006.
- NUPESAL. Núcleo de Pesquisa sobre a América Latina. *Banco de dados: Pesquisa com jovens em Porto Alegre*. 2002.
- NUPESAL. Núcleo de Pesquisa sobre a América Latina. *Banco de dados: Democracia, mídias e capital social: Um estudo comparativo de socialização política dos jovens no Sul do Brasil (Porto Alegre)*. 2015.
- NUPESAL. Núcleo de Pesquisa sobre a América Latina. *Banco de dados: Democracia, mídias e capital social: Um estudo comparativo de socialização política dos jovens no Sul do Brasil (Florianópolis e Curitiba)*. 2016.
- O'DONNELL, Guillermo; CULLELL, Jorge; IAZZETTA, Osvaldo. *The quality of democracy: theory and applications*. South Ben, University of Notre Dame Press. 2004.
- OLIVEIRA, Maria Leoneire C. O Receptor na Internet: Dimensões Interativas. Apresentado no 6º Encontro Anual da COMPÓS, São Leopoldo, 1997. Disponível em <http://www.comunica.unisinos.br/tics/textos/1997/1997_mlo.pdf>. Acesso em 14 mai. 2015.
- OLIVEIRA, Luiz A. *A disputa política na televisão*. Dissertação de mestrado, Rio de Janeiro, Instituto Universitário de Pesquisa do Rio de Janeiro – IUPERJ, 1999.

- ONU. *What do we mean by "youth"?* Disponível em <<http://www.unesco.org/new/en/social-and-human-sciences/themes/youth/youth-definition/>>. Acesso em 02 jun. 2014.
- OTT, Dana. Power to the people: the role of electronic media in promoting democracy in Africa. *First Monday. A Peer Reviewed Journal on the internet*, v. 3, n. 4, 1998. Disponível em <<http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/588/509>>. Acesso em 19 jul. 2016.
- OWEN, Diana. Political Socialization in the Twenty-first Century: Recommendations for Researchers. Paper presented for presentation at "The Future of Civic Education in the 21st Century" conference cosponsored by the Center for Civic Education and the Bundeszentrale für politische Bildung, James Madison's Montpelier, p. 21-26, 2008.
- PALETZ, David; OWEN, Diana; COOK, Timothy. *21st Century American Government and Politics*. Disponível em <<http://2012books.lardbucket.org/pdfs/21st-century-american-government-and-politics.pdf>>. Acesso em 20 jul. 2016.
- PAREKH, Bhikhu. Hate Speech: Is there a case for banning?, *Public Policy Research*, p. 213-223, 2006. Disponível em <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1070-3535.2005.00405.x/pdf>>. Acesso em 3 ago. 2016.
- PARENTE, Diane; SWINARSKI, Matthew; NOCE, Kathleen. Socialization To The Internet: Who Is Teaching Our Children? *International Journal of Management & Information Systems*. v. 13, n. 2, p. 11-20, 2009.
- PARMELEE, John; BICHARD, Shannon. *Politics and the Twitter revolution: how tweets influence the relationship between political leaders and the public*. Lanham, MD: Lexington Books, 2011.
- PASE, Hemerson Luiz. Capital Social e Desenvolvimento Rural do Rio Grande do Sul. 2006. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) Programa da Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2006.
- PASE, Hemerson Luiz; SANTOS, Everton. *Capital Social e Desenvolvimento no Rio Grande do Sul*. 2008. Disponível em <<http://www.capitalsocialsul.com.br/capitalsocialsul/arquivos/mt/Livro%20completo%20desenvolvimento%20regional%202008.pdf>>. Acesso em 5 jan. 2012.
- PATEMAN, Carole. The civic culture: a philosophic critique. In: ALMOD, Gabriel; VERBA, Sidney (org.). *The civic culture revisited*. California: Sage, 1989. p. 57-102.
- PATEMAN, Carole. *Participação e Teoria Democrática*. São Paulo: Paz e Terra, 1992.
- PATTERSON, Thomas. Time and News: the media's limitations as an instrument of Democracy". *International Political Science Review*, v. 19, n. 1, 1998.

- PATTERSON, Thomas. *The Mass Media Election: how Americans choose their President*. New York: Praeger, 2000.
- PENTEADO, Claudio Luis de Camargo; SANTOS, Marcelo Burgos Pimentel; ARAUJO, Rafael de Paula Aguiar. *Democracia e internet: um estudo comparativo entre os portais dos Ministérios da Cultura (Brasil e Argentina)*. Revista Teoria & Sociedade, Minas Gerais, n. 18, 2010.
- PERCHERON, Annick. *La formation politique de l'individu*. In: PARODI, J. L. (org.). *La Politique*. Paris: Hachette, 1971. p. 142-168.
- PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIA. 2014. Disponível em <<http://observatoriodaimprensa.com.br/download/PesquisaBrasileiradeMidia2014.pdf>>. Acesso em 16 abr. 2014.
- PHARR, Susan; PUTNAM, Robert (org). *Disaffected Democracies: What's Troubling the Trilateral Countries?* Princeton: Princeton University. 2000.
- PHILLIPS, David. Social inclusion, social exclusion and social cohesion: tensions in a postindustrial world. *Hong Kong Journal of Social Work*. v. 42, 2008. Disponível em <<http://www.worldscientific.com/doi/abs/10.1142/S021924620800003X>>. Acesso em 17 ago. 2016.
- PIAGET, Jean. *A tomada de consciência*. São Paulo: Melhoramentos. 1977.
- PLATTNER, Marc. Media and Democracy: The long view. *Journal of Democracy*. v. 23, n. 4, p. 62-73, 2012.
- POLAT, Rabia K. The internet and Political Participation: Exploring the Explanatory links. *European Journal of Communication*, Londres, v. 20, n. 4, p. 29-48, mar. 2005.
- POLLOCK, Edward. Understanding and Contextualising Racial Hatred on the Internet: A Study of Newsgroups and Websites. *Internet Journal of Criminology*. 2010.
- PORTES, Alejandro. *Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology*. *Annu. Rev. Sociol.*, p. 1-24, 1998. Disponível em <<http://www.annualreviews.org/doi/pdf/10.1146/annurev.soc.24.1.1>>. Acesso em 14 mai. 2016.
- PORTO, Mauro Pereira. O poder da Televisão: relações entre TV e política. *Comunicação e Educação*, São Paulo, v. 8, p. 14-18, 1997.
- PORTO, Mauro Pereira. A Pesquisa sobre a recepção e os efeitos da mídia: propondo um enfoque integrado. Trabalho apresentado ao XXVI *Intercom*. Belo Horizonte, 2003.
- PORTO, Mauro Pereira. Framing controversies: television and the 2002 presidential election in Brazil. *Political Communication*, v. 24, 2007.
- PRENSKY, Marc. Digital Natives Digital Immigrants. In: PRENSKY, Marc (org.). *On the Horizon*. NCB University Press, v. 9, n. 5, 2001. Disponível em

- <<http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>>. Acesso 3 fev. 2016.
- PRENSKY, Marc. *Digital game-based learning: practical ideas for the application of digital game-based learning*. St. Paul, MN: Paragon House, 2006.
- PRIMO, Alex. Interação Mediada por Computador: A comunicação e a educação a distância segundo uma perspectiva sistêmico-relacional. *Tese de Doutorado*. Apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Informática na Educação em março de 2003.
- PRIMO, Alex (org.). *Interações em Rede*. Porto Alegre, Editora Sulina, 2013.
- PRIOR, Markus. Media and Political Polarization. *Annual Review of Political Science*, p. 101-127, 2013. Disponível em: <<https://www.princeton.edu/~mprior/Prior%20MediaPolarization.pdf>>. Acesso em 3 ago. 2016.
- PUTNAM, Robert. Tuning in, Tuning out: the strange disappearance of social capital in America. *PS – Political Science and Politics XXVIII*, v. 4, 1995.
- PUTNAM, Robert. *Solo en la bolera*. Colapso y surgimiento de la comunidad norteamericana. Barcelona: Galáxia Gutemberg, 2002.
- PUTNAM, Robert. *Comunidade e Democracia: a experiência da Itália moderna*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.
- PUTNAM, Robert. *Our kids*. The American dream in crisis. New York: Simon & Schuster, 2015.
- REBELLO, Monica M. C. *Campanhas eleitorais em foco: a construção das imagens. Dissertação de mestrado*. Universidade de Campinas, 1996.
- RECUERO, Raquel. Dinâmicas de Redes Sociais no Orkut e Capital Social. *Razón y Palabra*, v. 52, p. 1-15, 2006.
- RECUERO, Raquel. *Redes Sociais na Internet*. 1ªed. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.
- RECUERO, Raquel. *A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2012a.
- RECUERO, Raquel. O capital social em rede: como as redes sociais na internet estão gerando novas formas de capital social. *Contemporânea, comunicação e cultura*, v. 10, n. 3, p. 597-617, 2012b.
- REED, Chris. The challenge of hate speech online. *Information & Communications Technology Law*, v. 18, n. 2, p. 79-82, 2009.
- RHEINGOLD, Howard. *La Comunidad Virtual: Una Sociedad sin Fronteras*. Barcelona: Gedisa Editorial, 1995

- RIBEIRO, José Carlos. Um olhar sobre a sociabilidade no ciberespaço: aspectos sócio-comunicativos dos contatos interpessoais efetivados em uma plataforma interacional on-line. 2003. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.
- RIBEIRO, Ednaldo; BORBA, Julian. As dimensões da participação política no Brasil. *Teoria & Pesquisa*, v. 20, p. 11-36, 2011.
- RIEDL, Mário; VOGT, Olgário. Associativismo e desenvolvimento: considerações sobre a existência de capital social. In: CORREA, M. D. S. (org.) *Capital Social e desenvolvimento regional*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2003. p. 149-211.
- ROBALLO, José Henrique. Cultura política, socialização política e internet: um estudo de caso com os estudantes de ensino médio de Rio Pardo/RS. 2011. *Dissertação* (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2011.
- ROBINSON, Michael J. Three faces of congressional media. In: MANN, Thomas; ORNSTEIN, Norman (org.). *The new Congress*. Washington/DC: American Enterprise Institute. 1981.
- ROGERS, Everett. *Diffusion of innovations*. New York: Free Press. 2003.
- ROUSSEAU, Jean-Jacques. *Do Contrato Social*. São Paulo: Abril Cultural, 1978.
- RUBIM, Antonio A. C. *Mídia e política: transmissão de poder*. In: MATOS, H. *Mídia, eleições e democracia*. São Paulo, Scritta, 1994.
- SABATINI, Fabio; SARRACINO, Francesco. Will Facebook save or destroy social capital? An empirical investigation into the effect of online interactions on trust and networks. *GESIS-Working Papers*, p. 5-45, 2014.
- SANI, Giacomo. Participação política. In: BOBBIO, Norberto *et al.* (org.) *Dicionário de Política*. Brasília, Ed. da UNB. 1986.
- SANTOS, Edvalter. Desigualdade social e inclusão digital no Brasil. 2006. 228f. Tese (Doutorado em Planejamento Urbano e Regional). Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.
- SARTORI, Giovanni. *A Teoria da Democracia Revisitada*. São Paulo: Ática, 1994.
- SCHEUFELE, Dietram; NISBET, Matthew. Being a citizen online - New opportunities and dead ends. *Harvard International Journal of Press-Politics*, v. 7, n. 3, p. 55-75, 2002.
- SCHMIDT, João Pedro. Juventude e Política nos Anos 1990: Um estudo de socialização política no Brasil. 392 f. Tese (Doutorado). Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2000.

- SCHMIDT, João Pedro. *Juventude e Política no Brasil: a socialização política nos jovens na virada do milênio*. Santa Cruz do Sul. EDUNISC. 2001.
- SCHUDSON, Michael. *The power of the news*. Cambridge: Harvard University Press, 1996.
- SCHUMPETER, Joseph. *Capitalismo, Socialismo e Democracia*. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura. 1961.
- SEN, Amartya. *Desenvolvimento como liberdade*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- SEVASTI, Christoforou. *Social Media and Political Communication: Hate Speech in the age of Twitter*. Dissertação de mestrado do Mestrado Media Culture and Society da Erasmus University of Rotterdam. 2014.
- SHAH, Dhavan; KWAK, Nojin; HOLBERT, Lacin. Connecting" and "disconnecting" with civic life: Patterns of internet use and the production of social capital. *Political Communication*, v. 18, n. 2, p. 141-162, 2001. Disponível em <<https://www.journalism.wisc.edu/~dshah/PC2001.pdf>>. Acesso em 7 set. 2015.
- SHAW, Eugene. Agenda-setting and mass communication theory. *Gazette*, v. 25, n.2, 1979.
- SHAW, La. Hate Speech in Cyberspace: Bitterness without Boundaries, Notre Dame J.L. *Ethics & Pub.*, v. 25, n. 1, p. 279-304, 2012. Disponível em <<http://scholarship.law.nd.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1049&context=ndjlepp>>. Acesso em 12 nov. 2015.
- SHERMAN, David; HOGG, Michael; MAITNER, Angela. Perceived Polarization: Reconciling Ingroup and Intergroup Perceptions Under Uncertainty. *Group Processes & Intergroup Relations*, v. 12, n. 1, p. 95-109, 2009. Disponível em <<http://thirdworld.nl/order/5cac317a23e913412f1ace0455b226f9f04cb820>>. Acesso em 3 ago. 2016.
- SIGEL, Roberta (org.). *Political Learning in adulthood: a sourcebook of theory and research*. Chicago/Londres: The University of Chicago Press, 1989.
- SILVA, Sivaldo Pereira da. Graus de participação democrática no uso da Internet pelos governos das capitais brasileiras. *Opinião Pública*, Campinas, n. 2, p. 450-468, 2005.
- SILVA, Rosane; NICHEL, Andressa; MARTINS, Anna; BORCHARDT, Carlise. Discursos de ódio em redes sociais: jurisprudência brasileira. *Revista Direito GV*, São Paulo, v.7, n. 1, p. 445-468, 2011.
- SILVEIRA, Sergio. Ferramentas conceituais para a análise política nas sociedades informacionais e de controle. Apresentado no 35º Encontro Anual da ANPOCS. 2011. Disponível em <<http://anpocs.org/index.php/papers-35-encontro/gt-29/gt01-21/839-ferramentas-conceituais-para-a-analise-politica-nas-sociedades-informacionais-e-de-controle/file>>. Acesso em 12 nov. 2015.

- SILVEIRA, Angelita; AMORIM, Maria Saete. Socialização política e capital social: uma análise da participação da juventude no contexto escolar e político. *Educação Unisinos*, v. 9, n. 2, p. 155-163, 2005.
- SILVEIRA, Sérgio; BRAGA, Sérgio; PENTEADO, Cláudio (org.). *Cultura, política e ativismo nas redes sociais*. São Paulo, Fundação Persseu Abramo, 2014.
- SILVESTRIN, Celsi B. Gênero, política e eleições. *Tese de Doutorado*, Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000.
- SIMPSON, Robert. Dignity, Harm and Hate Speech. *Law & Philosophy*, v. 32 n. 6, p. 701-728, 2013. Disponível em <<http://profiles.arts.monash.edu.au/robert-simpson/files/2012/07/dignity-harm-hate-speech.pdf>>. Acesso em 4 jul. 2016.
- SLANE, Andrea. Combatting hate on the internet: Current Canadian Efforts and the Recommendations of Non-Governmental Organizations to Improve upon Them. WORKING DOCUMENT. Preparado pelo *Department of Justice Canada*. 2007. Disponível em <<https://shared.uoit.ca/shared/faculty/fssh/documents/Combatting%20Hate%20on%20the%20Internet.pdf>>. Acessado em 22 de agosto de 2016.
- SMITH, Aaron. *The internet and campaign 2010*. Pew Research Center. 2011. Disponível em <<http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2011/Internet%20and%20Campaign%202010.pdf>>. Acesso em 18 set. 2016.
- SMITH, Jonathan; HEWITT, Belinda; SKRBIŠ, Zlatko. Digital socialization: young people's changing value orientations towards internet use between adolescence and early adulthood. *Information, Communication & Society*, v. 18, n. 9, 2015, p. 1022–1038.
- SOARES, Pricilla. O discurso da violência sistêmico-simbólica e sua replicação nos memes de humor da fanpage Diva Depressão. 2013. 144 p. *Dissertação* (Mestrado em Letras) - Programa de Pós-graduação, Universidade Católica de Pelotas, Pelotas, 2013.
- SOLOVE, Daniel. *The future of reputation: Gossip, rumor, and privacy on the Internet*. Yale University Press New Haven and London. 2007.
- SOON, Carol; KLUVER, Randy. Uniting political bloggers in diversity: collective identity and web activism. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 19, n. 3, p. 500-515, 2014. Disponível em <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jcc4.12079/pdf>>. Acesso em 20 fev. 2015.
- SOUSA, Cidoval Morais de; SOUZA, Arão de Azevêdo (org.). *Jornadas de junho: repercussões e leituras*. [Livro eletrônico]./ Cidoval Morais de Sousa; Arão de Azevedo Souza. - Campina Grande: EDUEPB, 2013.

- SOUZA, Amaury de; LAMOUNIER, Bolívar. *As elites brasileiras e a modernização do setor público*. São Paulo: Idesp, 1990.
- SPIEGEL, Michael. Hate Speech, Civil Rights, and the Internet: The Jurisdictional and Human Rights Nightmare. *Albany Law Journal of Science & Technology*, 375-399. 1999.
- SPOSITO, Marília; BRENNER, Ana; MORAES, Fábio. Estudos sobre jovens na interface com a política. In: SPOSITO, M. P. (org.). *Estado da arte sobre juventude na pós-graduação brasileira: educação, ciências sociais e serviço social (1999-2006)*, 1. Belo Horizonte: Argvmentvm, 2009. p.175-212.
- STOUFFER, Samuel. *Communism, Conformity and Civil Liberties*. New York: Doubleday. 1955.
- STREET, John. Review Article: Political Culture – from Civic Culture to Mass Culture. *British Journal of Political Science*, n. 24, p. 85-114, 1993.
- STROUD, Natalie. *Niche news: The politics of news choice*. New York, NY: Oxford University Press. 2011. Disponível em <https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiS7-eE-qHPAhXDk5AKHfX7ALQQFgg8MAQ&url=http%3A%2F%2Fwww.universitypressscholarship.com%2Foso%2Fsearch%3Adownloadsearchresultaspdf%3Bjsessionid%3D8E4FAB4CC4C707FB5568EA7A79D15B61%3Ff_0%3Dkeywords%26q_0%3Dpartisan%2Bselective%2Bexposure&usg=AFQjCNEc9Rz_wZHLGGpvuWJZCmh_HwkERg&sig2=5VH4mFI5DZ8PRThSu4DnoQ>. Acesso em 18 set. 2016.
- SUDMAN, Seymour. Applied sampling. In: ROSSI, P. H.; WRIGHT, J. D.; ANDERSON, A. B. (org.). *Handbook of survey research*. Orlando, FL: Academic Press. 1983. p 145-194.
- SULLIVAN, John; PIERESON, James; MARCUS, George. *Political Tolerance and American Democracy*. Chicago: University of Chicago Press. 1982.
- SUNSTEIN, Cass. *República.com: Internet, democracia y libertad*. Barcelona, Paidós, 2003. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=52U1tZ817XAC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. Acesso em 12 ago. 2016.
- SWINARSKI, Matthew; PARENTE, Diane; NOCE, Kathleen. A Study Of Gender Differences With Respect To Internet Socialization Of Adolescents. *Journal of Business & Economics Research*, v. 8, n. 6, p. 23-30, 2010.
- TARROW, Sidney. *O poder em movimento: movimentos sociais e confronto político*. Petrópolis: Vozes. 2009.
- THOMPSON, William E.; HICKEY, Joseph V. *Society in Focus: An Introduction to Sociology*. Prentice Hall PTR, 2011.

- TOCQUEVILLE, Alexis de. *A Democracia na América*. Belo Horizonte: Editora Itatiaia, 1962.
- TORRES, Alberto. *O problema nacional brasileiro*. São Paulo, Cia. Editora Nacional. 1933.
- TOURAINÉ, Alain. *The voice and the eye – an analysis of social movements*. Cambridge: Cambridge University Press. 1981.
- TSAGAROUSIANOU, Rosa; TAMBINI, Damin; BRIAN, Cathy (org.). *Cyberdemocracy: technology, cities and civic networks*. London: Routledge, 1998.
- TURKLE, Sherry. *A Vida no Ecrã – a identidade na era da internet*. Lisboa: Relógio d'Água. 1997.
- TURNER, Frederick. Reassessing political culture. In: SMITH, P. (org.). *Latin America in comparative perspective: new approaches to methods and analysis*. Boulder: Westview Press, 1995.
- UNESCO. *Countering online hate speech*. Unesco Publishing, 2015. Disponível em <<http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002332/233231e.pdf>>. Acesso em 13 out. 2016.
- VALENZUELA, Sebastina; ARRIAGADA, Arturo; SCHERMAN, Andrés. Facebook, Twitter, and Youth Engagement: A Quasi-experimental Study of Social Media Use and Protest Behavior Using Propensity Score Matching. *International Journal of Communication*, v. 8, p. 2046-2070, 2014.
- VERBA, Sidney; SCHLOZMAN, Kay; BRADY, Henry. *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*. Cambridge: Harvard University Press, 1995.
- VENKATESH, Alladi; VITALARI, Nicholas. Households and Technology; The Case of Home Computers B Some Conceptual and Theoretical Issues. In: ROBERTS, M.S.; WORTZEL, L. (org.). *Marketing to the Changing Household*. Cambridge, MA: Ballinger Publishing, 1985. p. 187-203.
- VIANNA, Francisco José de Oliveira. *Problemas de organização e problemas de direção: o povo e o governo*. 1ª edição, Rio de Janeiro: José Olympio. 1952.
- VIANNA, Francisco José de Oliveira. *Evolução do povo brasileiro*. 4ª edição, Rio de Janeiro: José Olympio. 1956.
- VIEIRA, Roberto. Amaral. Políticas nacionais de comunicação e capitalismo dependente ou não. *Comunicação & Política*, v. 2, n. 3-4, p. 19-24, 1984.
- VYGOTSKY, Lev. *A formação social da mente*. Rio de Janeiro: Martins Fontes, 1996.
- VILCHES, Lorenzo. Da virada linguística à virada digital. In: BARBOSA, M.; FERNANDES, M. e MORAIS, O. J. (org.). *Comunicação, educação e cultura na era digital*. São Paulo: Intercom, 2009.

- VITULLO, Gabriel. Teorias Alternativas de democracia: uma análise comparada. *Dissertação de mestrado*, PPGCP/UFRGS. Rio Grande do Sul, 1999.
- WASELFISZ, Julio. *Mapa das desigualdades digitais no Brasil*. RITLA, Brasília, 2007.
- WARF, Barney; GRIMES, John. Counterhegemonic discourses and the Internet. *The Geographical Review*, v. 87, n. 2, p. 259-274, 1997.
- WEBER, Sandra, MITCHELL, Claudia. Imagining, Keyboarding, and Posting Identities: Young People and New Media Technologies. In: BUCKINGHAM, D. (org.). *Youth, Identity, and Digital Media*. Cambridge: The MIT Press, 2008. p. 25-48.
- WELLMAN, Barry. *Digitizing Ozymandias*. Toronto: Universidade de Toronto, 2012.
- WELLMAN, Barry; HAASE, Anabel Quan; WITTE, James; HAMPTON, Keith. Does the Internet Increase, Decrease, or Supplement Social Capital? Social Networks, Participation, and Community Commitment. *American Behavioral Scientist*, v. 45, n. 3, p. 436-455, 2011.
- WESTFALL, Jacob; BOVEN, Leaf; CHAMBERS, John; JUDD, Charles. Perceiving Political Polarization in the United States: Party Identity Strength and Attitude Extremity Exacerbate the Perceived Partisan Divide. *Perspectives on Psychological Science*, v. 10, n. 2, p. 145-158, 2015. Disponível em <<http://jakewestfall.org/publications/ANES.pdf>>. Acesso em 3 ago. 2016.
- WIELENSKA, Regina. Terapeutas analítico-comportamentais e redes sociais. *Perspectivas em Análises do Comportamento*, v.1, n.1, São Paulo, 2010. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2177-35482010000100005>. Acesso em 22 jul. 2016.
- WILHELM, Anthony. *Democracy in the digital age: challenges to political life in cyberspace*. New York: Routledge, 2000.
- WILHELM, Anthony. A democracia dividida. In: EISENBERG, José; CEPIK, Marco (org). *Internet e Política*. Teoria e prática da democracia eletrônica. Belo Horizonte: Humanitas, 2004. p. 235-276.
- WILLIAMS; Andrew Paul; TEDESCO ,John C. (org). *The Internet Election: Perspectives on the Web in Campaign 2004*. Rowman & Littlefield Publishers, 2006.
- WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa, Portugal, Bragança, 1995.
- WOOLCOCK, Michael; NARAYAN, Deepa. Social capital: implications for development theory, research, and policy. *The World Bank research observer*, v. 15, n. 2, p. 25-249, 2000.
- WEIGHT, Charles. *Mass Communications: A Sociological Perspective*. Random House, Nova Iorque. 1975.

- YANG, Junghwan; RHEE, June. The Internet as an Agent of Political Socialization: The relationship between Internet news use, political socialization, family discussion, and family communication pattern. Trabalho apresentado no *Annual Meeting of the International Communication Association, Suntec Singapore International Convention & Exhibition Centre*, Suntec City, Singapore, Jun 21, 2010. Disponível em <http://citation.allacademic.com/meta/p405195_index.html>. Acesso em 6 mai. 2014.
- YANG, Jung; WOJCIESZAK, Magdalena; AALBERG, Toril; COEN, Sharon; CURRAN, James; HAYASHI, Kaori; IYENGAR, Shanto; JONES, Paul; MAZZOLENI, Gianpietro; PAPATHANASSOPOULOS, Stylianos; RHEE, June; ROWE, David; SOROKA, Stuart; TIFFEN, Rodney. *Why Are "Others" So Polarized? Perceived Political Polarization and Media Use in 10 Countries*. *Journal of Computer-mediated Communication*. 2016.
- YEE, Nicholas. The psychology of massively multi-user online role-playing games: Motivations, emotional investment, relationships, and problematic usage. In: SCHRODER, R.; AXELSSON, A. S. (org.). *Avatars at work and play: Collaboration and interaction in shared virtual environments*. London: Springer-Verlag. 2007. p. 187–207. Disponível em <http://www.nickyee.com/daedalus/archives/02_04/Yee_Book_Chapter.pdf>. Acesso em 5 abr. 2016.
- YONG, Caleb. Does Freedom of Speech Include Hate Speech?, *Res Publica*, v. 17, p. 385-403, 2011.
- ZOGHAIB, Shaima'a. Television Exposure and Internet Use: Their Relationship to Political Tolerance in Egyptian Society. *Journal of the South East Asia Research centre for Communication and Humanities*, v. 3, p. 49-69, 2011. Disponível em <[http://search.taylors.edu.my/journalonline/Vol%203/Shaima\(rev\)\(edSP\)49-69.pdf](http://search.taylors.edu.my/journalonline/Vol%203/Shaima(rev)(edSP)49-69.pdf)>. Acesso em 5 abr. 2016.

ANEXOS

Anexo 1 – Questionário do survey

Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Núcleo de Pesquisa sobre a América Latina
Pesquisa: Democracia, mídias e capital social: Um estudo comparativo de socialização política dos jovens no Sul do Brasil

Instruções de preenchimento:

1. Siga as instruções para cada pergunta.
2. Seja honesto em suas respostas; não existe resposta certa ou errada, e sim sua opinião sobre cada questão.

Para começar, precisamos de alguns dados gerais.

1. Sua idade: _____
2. Seu sexo: (1) Masculino (2) Feminino

Pensando em política, gostaríamos de saber alguns de seus hábitos.

3. Você se interessa por política? Marque uma opção.

- (1) Muito
- (2) Pouco
- (3) Nenhum interesse

4. Com que frequência você costuma conversar sobre estes assuntos políticos com: Marque uma opção.

	Frequentem ente	Às Vezes	Raramente	Nunca
4.1 Seus pais				
4.2 Seus familiares				
4.3 Seus amigos				
4.4 Sua lista de contatos das redes sociais				
4.5 Seus colegas de escola				
4.6 Seus professores				

5. Na hora de formar uma opinião sobre assuntos políticos, quais das instituições abaixo você considera mais importante? Marque qual é a primeira e qual é a segunda mais importante.

	1°	2°
1. Família		
2. Igreja		
3. Escola		
4. Amizades		
5. Televisão		
6. Rádio		
7. Jornal impresso/ Revista		
8. Internet		
9. Redes sociais		

6. Pensando nas pessoas listadas abaixo, qual você acha que é o interesse delas por política? Marque uma opção.

	Muito	Pouco	Nenhum
6.1 Seus pais			
6.2 Seus familiares			
6.3 Seus amigos			
6.4 Seus colegas de escola			
6.5 Seus professores			

Agora queremos saber sua opinião sobre alguns aspectos do nosso

7. Em sua opinião qual é o principal problema do país? Marque uma opção.

- (1) Inflação
- (2) Desemprego
- (3) Saúde
- (4) Pobreza
- (5) Corrupção
- (6) Moradia
- (7) Transporte
- (8) Educação
- (9) Outro. Qual? _____
- (88) Não sei
- (99) Não quero responder

8. Pensando nesses problemas do país, qual das soluções abaixo você acha melhor para resolver estes problemas? Marque uma opção.

- (1) Um líder que coloque as coisas no lugar.
- (2) A participação da população nas decisões do governo.

9. Você acha que a opinião da maioria das pessoas é levada em conta no nosso país? Marque uma opção.

- (1) Sim
- (2) Às vezes
- (3) Não
- (88) Não sei
- (99) Não quero responder

10. Você acha que seu futuro será melhor do que o do seus pais? Marque uma opção.

- (1) Sim, será melhor.
- (2) Será igual.
- (3) Não, será pior. Por quê? _____
- (88) Não sei
- (99) Não quero responder

11. Como você sabe existem várias coisas acontecendo no Brasil que faz com que existam sentimentos diferentes. Pensando nisso, qual é o sentimento que você tem nesse momento do país? Marque uma opção.

- (1) Inseguro
- (2) Indignado
- (3) Assustado
- (4) Frustrado
- (5) Feliz
- (6) Confiante
- (7) Satisfeito

- (8) Seguro
(9) Outro. Qual? _____

E agora pensando na sua escola, queremos saber se:

12. Você participa de atividades da escola? Marque uma opção.

- (1) Sim. Quais? _____
(2) Às vezes
(3) Não. Por quê? _____

13. Você costuma discutir os problemas de sua escola com seus colegas? Marque uma opção.

- (1) Sim
(2) Não

14. Quando não gosta de alguma coisa na escola, o que você faz?

15. Você acha que os alunos deveriam participar mais das decisões tomadas em sua escola?

Marque uma opção.

- (1) Sim
(2) Não
(88) Não sei
(99) Não quero responder

16. A sua escola tem Grêmios Estudantis? Marque uma opção.

- (1) Sim (Responda a próxima questão)
(2) Não (Pule para questão 18)
(88) Não sei (Pule para questão 18)
(99) Não quero responder



17. Você participa do Grêmios Estudantis? Marque uma opção.

- (1) Sim
(2) Não. Por quê? _____

18. Você participa de alguma outra organização estudantil? Marque uma opção.

- (1) Sim. Qual? _____
(2) Não

19. Você considera importante os estudantes participarem de organizações estudantis? Marque uma opção.

- (1) Sim
(2) Não. Por quê? _____
(88) Não sei
(99) Não quero responder

20. Pensando em cargos de liderança estudantil, você gostaria de ocupar algum? Marque uma opção.

- (1) Sim
(2) Não. Por quê? _____

21. Em relação à educação que você recebe, está satisfeito? Marque uma opção.

- (1) Sim.
(2) Não. Por quê? _____

22. Qual a sua opinião sobre a discussão de assuntos políticos em sala de aula? Marque uma opção.

- (1) Concordo: a política faz parte da formação do estudante
- (2) Não concordo: lugar de política não é na aula

Falando ainda sobre política.

23. Como você se sente com relação à política? Marque uma opção.

- (1) Alienado
- (2) Indiferente
- (3) Desiludido
- (4) Interessado
- (5) Participativo
- (6) Outro. Como? _____
- (88) Não sei
- (99) Não quero responder

24. Diga a primeira palavra que vem na sua cabeça quando pensa em:

- 24.1 Política _____
- 24.2 Políticos _____
- 24.3 Partidos Políticos _____
- 24.4 Cidadania _____

25. Atualmente se fala muito do que está acontecendo no país. Qual a sua opinião sobre as seguintes afirmações: Marque uma opção.

	Concordo	Concordo em parte	Discordo
25.1 Todos os políticos são corruptos.			
25.2 Os políticos prometem, depois não cumprem.			
25.3 Políticos são todos iguais.			
25.4 Não gosto de discussões ou assuntos políticos, porque ninguém se entende e prefiro não me incomodar.			
25.5 Pessoas como as de minha família não têm nenhuma influência nas ações do governo.			
25.6 Não adianta participar da política, pois nunca muda nada.			
25.7 Assuntos políticos são muito complicados pra mim, por isso não me interessam.			

26. Você votou nas últimas eleições? Marque uma opção.

- (1) Sim.
- (2) Sim, mas anulei. Por quê? _____
- (3) Não. Por quê? _____

27. Você é favorável ao voto com 16 anos? Marque uma opção.

- (1) Sim
- (2) Não. Por quê? _____

28. Você votaria se o voto não fosse obrigatório? Marque uma opção.

- (1) Sim
- (2) Não. Por quê? _____

29. Ao definir o seu voto, o que leva em conta? Marque uma opção.

- (1) A pessoa do candidato.
- (2) O partido do candidato.
- (3) A pessoa e o partido.

30. Nas últimas eleições, você colocou cartazes do seu candidato ou partido em sua casa, carro ou escola? Marque uma opção.

- (1) Sim
- (2) Não

31. Você assistiu ou ouviu: Marque uma opção.

	Sim	Às vezes	Não
31.1 Horário gratuito na rádio ou na TV			
31.2 Debates entre candidatos na rádio ou na TV			

32. Atualmente, fala-se muito sobre direita e esquerda na política brasileira. Na escala abaixo o 1 corresponde a extrema esquerda e o 10 a extrema direita. Marque um X em qual posição você se coloca.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Esquerda

Direita

(88) Não sei

(99) Não quero responder

33. Com relação aos partidos políticos listados abaixo, marque com um X com qual deles você mais se identifica? E sua mãe? E seu pai? Marque uma opção.

Partido	Você	Mãe	Pai
1. PSD			
2. PMDB			
3. PSDB			
4. PT			
5. PP			
6. PR			
7. PSB			
8. PTB			
9. PDT			
10. PSC			
11. PC do B			
12. PPS			
13. PSTU			
14. PSOL			
15. Não tem preferência partidária			
16. Outro. Qual? _____			
88. Não sei			

34. Você sabe o nome e o partido do:

- Prefeito

34.1

Nome _____

34.2 Partido _____

- Governador

34.3 Nome _____

34.4 Partido _____

- Presidente

34.5 Nome _____

34.6 Partido _____

35. Quando você pensa em democracia, quais dos itens listados abaixo vem em sua mente?

Marque o que vem em primeiro, em segundo e em terceiro lugar em sua mente.

	1º	2º	3º
1. Votar			
2. Poder criticar			
3. Governar para maioria			
4. Respeitar o direito de todos			
5. Não ter pobreza			
6. A competição entre partidos			
7. A igualdade entre os cidadãos			
8. A paz			
9. Liberdade de expressão			
10. Liberdade de imprensa			
11. Outro. Qual? _____			

Falando sobre participação política.

36. Você costuma participar de: Marque uma opção.

	Participo	Já participei	Não participo
36.1 Partidos Políticos			
36.2 Reuniões políticas			
36.3 Comícios políticos			
36.4 Associações comunitárias			
36.5 Atividades religiosas			
36.6 Organizações Não Governamentais (ONGs)			
36.7 Orçamento Participativo			
36.8 Abaixo assinados			
36.9 Manifestações, protestos, passeatas			
36.10 Ocupações de terrenos ou prédios públicos			
36.13 Movimentos Sociais			
36.14 Atividades no seu bairro			

37. Participaria de atividades políticas, se fosse convidado? Marque uma opção.

(1) Sim

(2) Não. Por quê? _____

(88) Não sei

(99) Não quero responder

38. Em 2013, muitos jovens foram às ruas para fazerem manifestações sobre assuntos relacionados ao Brasil. Você participou destas manifestações? Marque uma opção.

(1) Sim (Responda a próxima pergunta)

↓ (2) Não (Pule para questão 40)

↓
39. Se você participou, quanto cada meio listado abaixo o influenciou a participar? Marque uma opção.

	Muito	Mais menos	ou	Pouco	Nada
39.1 Família					
39.2 Igreja					
39.2 Amigos					
39.3 Professores					
39.4 TV					
39.5 Rádio					
39.6 Jornal impresso ou Revista					
39.7 Internet					

40. Ainda com relação às manifestações de 2013, você considera que elas foram importantes?

Marque uma opção.

(1) Sim. Por quê? _____

(2) Não. Por quê? _____

(88) Não sei

(99) Não quero responder

Agora vamos falar sobre confiança nas pessoas e nas instituições.

41. Em relação às pessoas que estão listadas abaixo, você confia nelas? Marque uma opção.

	Confio	Confio mais ou menos	Não confio
41.1 Pessoas em geral			
41.2 Seus pais			
41.3 Seus familiares			
41.4 Seus vizinhos			
41.5 Seus colegas de aula			
41.6 Sua lista de contatos das redes sociais			
41.7 Seus amigos			
41.8 Seus professores			

42. Em relação às instituições que estão listadas abaixo, você confia nelas? Marque uma opção.

	Confio	Confio mais ou menos	Não confio
42.1 Igrejas			
42.2 Partidos Políticos			
42.3 Judiciário (Juízes e tribunais)			
42.4 Presidente			
42.5 Governo Federal (Ministros)			
42.6 Polícia			
42.7 Forças Armadas			
42.8 Escola			
42.9 Movimentos Estudantis			
42.10 Conselho Escolar			
42.11 Grêmios Estudantis da escola			
42.12 Associações Comunitárias			
42.13 TV			
42.14 Jornal Impresso e Revista			
42.15 Rádio			

42.16 Internet			
----------------	--	--	--

43. Para formar sua opinião sobre essas instituições, qual a influência que cada um dos grupos abaixo listados exerce. Marque uma opção.

	Muito	Mais menos	ou	Pouco	Nada
43.1 Família					
43.2 Igreja					
43.3 Amigos					
43.4 Professores					
43.5 TV					
43.6 Rádio					
43.7 Jornal impresso ou Revista					
43.8 Internet					

44. Das afirmações abaixo, gostaríamos de saber se você concorda. Marque uma opção.

	Concordo	Concordo em parte	Discordo
44.1 A participação das pessoas é importante para resolver os problemas no país.			
44.2 A colaboração entre pessoas pode contribuir para melhorar a situação no país.			
44.3 A participação em um projeto de sua escola é importante mesmo que não lhe beneficie diretamente.			

Agora queremos saber um pouco mais sobre os meios de comunicação que você usa.

45. Quando você quer saber mais sobre assuntos políticos, com que frequência você se informa pelos canais listados abaixo? Marque uma opção.

	Sempre	Às vezes	Nunca
45.1 TV			
45.2 Rádio			
45.3 Jornal Impresso e Revista			
45.4 Internet			
45.5 Redes Sociais			

46. Em média:

46.1 Quantas horas por dia você assiste TV	hr
46.2 Quantas horas por dia você ouve rádio	hr
46.3 Quantas horas por dia você fica conectado na internet	hr
46.4 E dessas horas na internet, quantas você fica conectado nas redes sociais	hr
46.5 Quantos dias por semana você lê jornal impresso ou revista	dia

47. Confia nas informações políticas veiculadas: Marque uma opção.

	Sim	Mais ou menos	Não
47.1 Na TV			
47.2 Na rádio			
47.3 Nos jornais impressos ou revistas			
47.4 Na internet			
47.5 Nas redes sociais			

48. Qual a sua principal motivação quando: Marque uma opção.

	Entretenimento	Informação	Ambos
48.1 Assiste TV			
48.2 Ouve Rádio			
48.3 Lê jornal impresso ou revista			
48.4 Conecta-se à internet			

49. Você acha que os meios de comunicação listados abaixo influenciam a sua forma de pensar? Marque uma opção.

	Sim	Às vezes	Não
49.1 TV			
49.2 Rádio			
49.3 Jornal impresso ou revista			
49.4 Internet			

50. Você acha que os meios de comunicação listados abaixo influenciam a sua forma de agir? Marque uma opção.

	Sim	Às vezes	Não
50.1 TV			
50.2 Rádio			
50.3 Jornal impresso ou revista			
50.4 Internet			

Pensando sobre as Redes Sociais da Internet.

51. Das redes sociais listadas abaixo, quais são as três mais utilizadas por você? Marque a primeira, a segunda e a terceira mais utilizada.

	1°	2°	3°
51.1 Twitter			
51.2 Facebook			
51.3 Google +			
51.4 Whatsapp			
51.5 Instagram			
51.6 Snapchat			
51.7 Skype			
51.8 Youtube			
51.9 Fóruns			
51.10 Outra. Qual? _____			

52. Você pesquisa em outras fontes sobre as notícias de política postadas nas redes sociais? Marque uma opção.

(1) Sim

(2) Não

53. Nas Redes sociais, o que costuma fazer quando seus amigos postam assuntos políticos? Marque uma opção.

	Sempre	Às vezes	Nunca
53.1 Ler ou assistir o vídeo			
53.2 Curtir			
53.3 Comentar			
53.4 Compartilhar			
53.5 Usar #			

54. Você conversa com alguém sobre as postagens de política que vê nas redes sociais? Marque uma opção.

	Sempre	Às vezes	Nunca
54.1 Seus pais			
54.2 Seus familiares			
54.3 Seus amigos			
54.4 Seus colegas de escola			
54.5 Sua lista de contatos das redes sociais			
54.6 Seus professores			
54.7 Outro. Quem? _____			

55. Na sua opinião, as redes sociais podem ser instrumentos de participação política? Marque uma opção.

- (1) Sim
- (2) Mais ou menos
- (3) Não
- (88) Não sei
- (99) Não quero responder

56. Você participa de mobilizações políticas via Internet, tais como: Marque uma opção.

	Participo	Já participei	Nunca participei
56.1 Abaixo assinado			
56.2 Boicotes			
56.3 Twittaços			

57. Você confirma presença em eventos relacionados à política no Facebook? Marque uma opção.

- (1) Sim
- (2) Não

58. Você já participou de manifestações políticas na rua marcadas pela internet? Marque uma opção.

- (1) Sim. Quais? _____
- (2) Não. Por quê? _____

59. Você fez campanha para algum candidato político pelas Redes Sociais nas últimas eleições? Marque uma opção.

- (1) Sim. De que forma? _____
- (2) Não. Por quê? _____

60. Qual a sua opinião sobre as seguintes afirmações: Marque uma opção.

	Concordo	Concordo em parte	Discordo
60.1 Sinto que sou parte de uma comunidade quando participo das Redes Sociais.			
60.2 Sinto que sou parte de uma comunidade quando estou assistindo TV.			
60.3 Quando vejo uma notícia sobre política na internet sinto vontade de participar de movimentos sociais ou mobilizações.			
60.4 Quando assisto uma notícia sobre política na TV sinto vontade de participar de movimentos sociais e mobilizações.			

Para finalizar, precisamos de alguns dados seus e de sua família.

61. Qual o seu estado civil? Marque uma opção.

- (1) Solteiro
- (2) Casado
- (4) Divorciado
- (5) Viúvo

62. Qual a sua religião? _____

63. Com quem você mora? Marque uma opção.

- (1) Mora com pai e mãe
- (2) Mora com parentes ou amigos
- (3) Mora com a mãe
- (4) Mora com o pai
- (5) Mora sozinho
- (6) Mora com esposo(a) ou companheiro(a)
- (7) Outros. Quem? _____

64. Qual a escolaridade de sua mãe e de seu pai? Marque uma opção para sua mãe e uma para seu pai.

	Mãe	Pai
1. Sem instrução		
2. Ensino Fundamental incompleto		
3. Ensino Fundamental completo		
4. Ensino Médio incompleto		
5. Ensino Médio completo		
6. Ensino Superior incompleto		
7. Ensino Superior completo		
88. Não sei		

65. Você tem acesso à internet em casa? Marque uma opção.

- (1) Sim
- (2) Não

66. Além de estudar, você trabalha? Marque uma opção.

- (1) Sim. Em quê? _____
- (2) Já trabalhei. Em quê? _____
- (3) Não

67. Quando é necessário tomar uma decisão importante na sua família, você acha que os filhos devem ser consultados e ajudarem a decidir? Marque uma opção.

- (1) Sempre
- (2) Às vezes
- (3) Nunca
- (88) Não sei
- (99) Não quero responder

68. Qual sua etnia (cor)? _____

69. Qual a faixa de renda de toda a sua família (somando a renda de todas as pessoas que moram em sua casa)? Marque uma opção.

- (1) Até um salário mínimo
- (2) De 1 a 2 salários mínimos
- (3) De 3 a 4 Salários mínimos
- (4) Mais de 5 salários mínimos
- (5) Não sei

70. Da seguinte lista de itens, com QUANTOS você discorda. Não precisamos saber quais, estamos interessados apenas na quantidade de itens desta lista com os quais você discorda.

- "Atletas profissionais ganharem altos salários"
- "A política de reserva de vagas para negros como forma de ingresso nas universidades federais brasileiras (política de cotas raciais)"
- "A existência de programas sociais de distribuição de renda"

1. Discordo de 1 item	
2. Discordo de 2 itens	
3. Discordo de 3 itens	

Gostaríamos de agradecer a sua colaboração com a pesquisa. Sua opinião é muito importante para nossa pesquisa.

Anexo 2 – Calculo Amostral

A amostra de escolas e turmas, desta pesquisa, foi feita por estágios múltiplos (ver mais em Sudman (1983)). Para determinar o tamanho da amostra, em escolas públicas e privadas nas três capitais do Sul do Brasil, considerando-se que seriam necessárias 600 entrevistas, foram seguidas as seguintes etapas:

- Verificou-se junto às Secretarias de Educação das três cidades a listagem das Escolas Estaduais, Municipais, Federais e Privadas de Ensino Médio;
- Determinou-se que seriam realizadas 40 entrevistas por escola; para uma amostra de 600 indivíduos, seriam necessárias, portanto, 15 escolas.
- Para calcular quantas escolas seriam necessárias para cada uma das categorias da amostra (Estaduais e Municipais, Federais e Privadas¹⁹⁷) realizou-se o seguinte cálculo para as categorias de cada cidade:

$$Xi = \frac{15 N}{N_t}$$

Xi = Número de escolas Públicas (Estaduais e Municipais), Federais ou Privadas a serem selecionadas

N = Número de escolas Públicas (Estaduais e Municipais), Federais ou Privadas de cada cidade

N_t = Número Total de escolas da cidade

Tabela – Amostra das escolas

	Porto Alegre/RS			Florianópolis/SC			Curitiba/PR		
	N	N _t	Xi	N	N _t	Xi	N	N _t	Xi
Pública	72	140	7	26	55	7	72	140	7
Federal	4	140	1	2	55	1	4	140	1
Privada	66	140	7	27	55	7	66	140	7
Total	140	-	15	55	-	15	140	-	15

Fonte: NUPESAL, 2016 (no prelo).

1. Realizou-se o cálculo para determinar o Intervalo da seleção.

$$I = \frac{N}{Xi}$$

I = Intervalo da seleção

N = Número total de escolas Públicas (Estaduais e Municipais), Federais ou Privadas

¹⁹⁷ As categorias utilizadas para a seleção são correspondentes aos tipos de escolas presentes nas cidades. As escolas Federais possuem processo de seleção específico, portanto tem um público diferenciado das outras escolas públicas, o que torna relevante distinguir esta categoria das outras escolas públicas.

X_i = Número de escolas Públicas (Estaduais e Municipais), Federais ou Privadas a serem selecionadas

Tabela – Intervalo de seleção das escolas de Porto Alegre

Porto Alegre	N	X_i	I
Estaduais e Municipais	71	7	10
Federal	4	1	1
Privada	66	7	10
Total	140	15	

Fonte: NUPESAL, 2016 (no prelo).

Exemplo de Seleção das escolas na cidade de Curitiba:

A) Escola:

Início da Contagem = $I + IA = 14 + 4 = 18$

(IA = início aleatório)

Próximas seleções: $18 + 14 = 32$

2. Em cada uma das escolas selecionadas na amostra foi solicitado, junto à secretaria da escola, a listagem das turmas de Ensino Médio. As turmas existentes em cada escola foram numeradas (de 1 a “n”). Assim, realizou-se um sorteio com papéis numerados, a fim de manter a igualdade de oportunidade de seleção das turmas nas escolas. Para alcançar o número de entrevistas desejado em cada escola, de 40 alunos ($600/15 = 40$), selecionou-se turmas até completar o número de 40 entrevistas por escola. Assim, por exemplo, em uma escola com turmas de 30 alunos, realizou-se as entrevistas em 2 turmas (contabilizando cerca de 60 entrevistas na escola). Considerou-se assim o número de turmas necessárias para cada escola, conforme o número de alunos nas turmas.

Anexo 3 – Entrevista semi-estruturada

Entrevistador:

Entrevistado:

Idade:

Escola:

1. Gostaríamos de perguntar se quando pensa em política o que vem a tua cabeça?
2. Por que você pensa assim?
3. E como você vê a situação do país hoje?
4. Os jovens têm espaço na política?
5. E você acha que os jovens precisam participar mais para que faça a diferença na situação atual?
6. Hoje em dia se fala muito que os corruptos precisam ir para cadeia. Você acha que é isso que está motivando que os jovens participem mais da política? Como?
7. E tu participas em alguma instituição, alguma organização ou conselho de juventude? Por quê?
8. Pela tua visão sobre a situação política atual, tu achas que os jovens deveriam se candidatar mais para mudar a situação do país?
9. E no teu caso tu te candidatarias a algum cargo político?
10. De uma maneira geral falando de escolas públicas e privadas. A gente sabe que as escolas públicas possuem algumas deficiências. Tu achas que elas ainda produzem lideranças políticas? Por quê?
11. Você acha que a participação política é mais viável para jovens de escolas públicas ou privadas? Por quê?
12. Bom agora vamos conversar um pouco sobre a internet. Como tu sabes as redes sociais estão sendo muito utilizadas na política. E tu tens acompanhado postagens nas redes sociais em relação a política? Quais?

13. E como tu acha que poderia ser feito para incentivar os jovens para participar da política, principalmente, pela internet?
14. Muita gente acha que o seu uso está sendo distorcido, no sentido de postar mensagens de repúdio ou elogio ao governo, qual é a tua opinião sobre isso?
15. Tu achas que isso ajuda a fortalecer a democracia ou ajuda a piorar a crise?
16. Há muitas pessoas que dizem que a internet está sendo utilizada para mensagens de ódio, tu concorda com isso? Tem algum exemplo?
17. Você acha que há intolerância entre as pessoas na internet? Por quê?
18. E essas mensagens negativas poderiam ser caracterizadas como ódio? Por quê?
19. Você acha que a internet e as redes sociais promovem mais participação dos jovens até a sua participação? Por quê?
20. E agora para finalizar, a maneira como é utilizada a internet hoje em dia, tu achas que poderia ser melhor utilizada para melhorar a democracia e diminuir a intolerância? Como?

Anexo 4 – Síntese da tese

Quadro – Objetivos, instrumentos e variáveis/categorias

Capítulo	Objetivo	Pesquisa/ Instrumento	Questões	Variáveis de Pesquisa/Categorias
Capítulo Introdutório	-	-	-	-
Capítulo 2 – Enquadramento teórico	-	-	-	-
Capítulo 3 – Socialização política e Internet	Contextualizar e examinar o processo de socialização política, internalização de valores e formação de identidades coletivas de jovens estudantes em um contexto de novas tecnologias de informação e comunicação	Pesquisa tipo <i>survey</i> 2015	46. Em média, quantas horas por dia você assiste: TV, rádio, jornal impresso e revista, internet e redes sociais?	Aberta
			51. Das redes sociais listadas abaixo, quais são as três mais utilizadas por você? Marque a primeira, a segunda e a terceira mais utilizada.	Twitter Facebook Google + Whatsapp Instagram Snapchat Skype Youtube Fóruns Outra
			52. Você pesquisa em outras fontes sobre as notícias de política postadas nas redes sociais?	Sim Não
			53. Nas redes sociais, o que costuma fazer quando seus amigos postam assuntos políticos? Ler ou assistir o vídeo, curtir, comentar, compartilhar, usar #.	Sempre Às vezes Nunca
			4. Com que frequência você costuma conversar sobre estes assuntos políticos com: pais, familiares, amigos, lista de contatos das redes sociais,	Frequentemente Às vezes Raramente Nunca

			colegas de escola e professores.	
			54. Você conversa com alguém sobre as postagens de política que vê nas redes sociais (seus pais, seus familiares, seus amigos, seus colegas de escola, sua lista de contatos das redes sociais, seus professores)?	Sempre Às vezes Nunca
			45. Quando você quer saber mais sobre assuntos políticos, com que frequência você se informa pelos canais listados abaixo? TV, rádio, jornal impresso e revista, internet e redes sociais.	Sempre Às vezes Nunca
			5. Na hora de formar uma opinião sobre assuntos políticos, quais das instituições abaixo você considera mais importante? Marque qual é a primeira e qual é a segunda mais importante. Família, igreja, escola, amizades, televisão, rádio, jornal impresso/ revista, internet e redes sociais)? Marque qual é a primeira e qual é a segunda mais importante.	1ª Mais importante 2ª Mais importante
			48. Qual a sua principal motivação quando: Assiste TV, ouve rádio, lê jornal impresso ou revista, conecta-se à internet.	Entretenimento Informação Ambos

			69. Qual a faixa de renda de toda a sua família?	Até um sal. mín. De 1 a 2 sal. mín. De 3 a 4 sal. mín. Mais de 5 sal. mín.
			39. Se você participou das manifestações de 2013, quanto cada meio listado abaixo o influenciou a participar? Família, igreja, amigos, professores, TV, rádio, jornal impresso ou revista e internet.	Muito Mais ou menos Pouco Nada
			43. Para formar sua opinião sobre essas instituições, qual a influência que cada um dos grupos abaixo listados exerce? Família, igreja, amigos, professores, TV, rádio, jornal impresso ou revista e internet.	Muito Mais ou menos Pouco Nada
			49.4 Você acha que a internet influencia a sua forma de pensar?	Sim Às vezes Não
			49.4 Você acha que a internet influencia a sua forma de agir?	Sim Às vezes Não
Capítulo 4 – Cultura Política e Internet	Examinar o papel da internet na apatia e desinteresse políticos, polarização de opiniões políticas, discurso de ódio e intolerância política entre jovens estudantes	Pesquisa tipo <i>survey</i> 2015	APATIA E DESINTERESSE POLÍTICOS	
			3. Você se interessa por política?	Muito Pouco Nenhum Interesse
			32. Atualmente, fala-se muito sobre direita e esquerda na política brasileira. Na escala abaixo o 1 corresponde a extrema esquerda e o 10 a extrema direita. Marque um X em qual posição você se coloca.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Não sei Não quero responder
			33. Com relação aos partidos políticos listados abaixo,	PSD PMDB PSDB

			<p>marque com um X com qual deles você mais se identifica?</p> <p>PT PP PR PSB PTB PDT PSC PC do B PPS PSTU PSOL Não tem preferência partidária Outro Não sei</p>
		<p>11. Como você sabe existem várias coisas acontecendo no Brasil que faz com que existam sentimentos diferentes. Pensando nisso, qual é o sentimento que você tem nesse momento do país?</p>	<p>Inseguro Indignado Assustado Frustrado Feliz Confiante Satisfeito Seguro Outro</p>
		<p>23. Como você se sente com relação à política?</p>	<p>Alienado Indiferente Desiludido Interessado Participativo Outro Não sei Não quero responder</p>
		<p>22. Qual a sua opinião sobre a discussão de assuntos políticos em sala de aula?</p>	<p>Concordo: a política faz parte da formação do estudante Não concordo: lugar de política não é na aula</p>
		<p>13. Você costuma discutir os problemas de sua escola com seus colegas?</p>	<p>Sim Não</p>
		<p>25.4 Não gosto de discussões ou assuntos políticos, porque ninguém se entende e prefiro não me incomodar.</p>	<p>Concordo Concordo em parte Discordo</p>
		<p>7. Em sua opinião qual é o principal problema do país?</p>	<p>Inflação Desemprego Saúde</p>

				Pobreza Corrupção Moradia Transporte Educação Outro Não sei Não quero responder
			25.1 Todos os políticos são corruptos.	Concordo Concordo em parte Discordo
			25.2 Os políticos prometem, depois não cumprem.	Concordo Concordo em parte Discordo
			25.3 Políticos são todos iguais.	Concordo Concordo em parte Discordo
			9. Você acha que a opinião da maioria das pessoas é levada em conta no nosso país?	Sim Às vezes Não Não sei Não quero responder
			19. Ao definir o seu voto, o que leva em conta?	A pessoa do candidato O partido do candidato A pessoa e o partido
			34. Você sabe o nome e o partido do: Prefeito, Governador e Presidente.	Aberta
			46.3 Quantas horas por dia você fica conectado na internet?	Aberta
			48. Qual a sua principal motivação quando: Assiste TV, ouve rádio, lê jornal impresso ou revista, conecta-se à internet.	Entretenimento Informação Ambos
		Entrevistas em profundidade 2015	POLARIZAÇÃO DE OPINIÕES POLÍTICAS	
			Percepção da polarização política na internet e redes sociais.	Atitudes Percepção no geral Percepção de preconceitos Percepção na política Nível agregado Percepção de preconceitos Percepção de partidos Percepção entre direita e esquerda

				Percepção do antipetismo
		Entrevistas em profundidade 2015	INTOLERÂNCIA POLÍTICA	
			10. Muita gente acha que o seu uso está sendo distorcido, no sentido de postar mensagens de repúdio ou elogio ao governo, qual é a tua opinião sobre isso? Tu achas que isso ajuda a fortalecer a democracia ou ajuda a piorar a crise?	Intolerância geral Intolerância política
			12. Você acha que há intolerância entre as pessoas na internet? Por quê?	Intolerância geral Intolerância política
			DISCURSO DE ÓDIO	
			11. Há muitas pessoas que dizem que a internet está sendo utilizada para mensagens de ódio, tu concordas com isso? Tem algum exemplo?	Discurso de ódio geral Discurso de ódio contra grupos Discurso de ódio político Discurso de indignação
			INTERNET E DEMOCRACIA	
		8. E agora para finalizar, a maneira como é utilizada a internet hoje em dia, tu achas que poderia ser melhor utilizada para melhorar a democracia e diminuir a intolerância? Como?	Fortalecer a democracia Ambos Ajuda a piorar a crise Indiferente	
Capítulo 5 – Capital Social e Internet	Verificar os efeitos do uso da internet nos níveis de capital social encapsulado, capital social emancipatório e capital social	Pesquisa tipo <i>survey</i> 2015	CAPITAL SOCIAL ENCAPSULADO	
			41. Em relação às pessoas que estão listadas abaixo, você confia nelas? Seus pais, seus familiares, seus vizinhos, seus colegas de aula,	Confio Confio mais ou menos Não confio

virtual dos jovens estudantes			seus amigos, seus professores?			
			42. Em relação às instituições que estão listadas abaixo, você confia nelas? Igrejas, escola, movimentos estudantis, conselho escolar, grêmio estudantil da escola, associações comunitárias.	Confio Confio mais ou menos Não confio		
			44.3 A participação em um projeto de sua escola é importante mesmo que não lhe beneficie diretamente.	Concordo Concordo em parte Discordo		
			15. Você acha que os alunos deveriam participar mais das decisões tomadas em sua escola?	Sim Não Não sei Não quero responder		
			12. Você participa de atividades da escola?	Sim Não		
			36. Você costuma participar de: Associações comunitárias, atividades religiosas, atividades no bairro, atividades da escola.	Participo Já participei Não participo		
			CAPITAL SOCIAL EMANCIPATÓRIO			
			42. Em relação às instituições que estão listadas abaixo, você confia nelas? Partidos políticos, judiciário, presidente e governo federal.	Confio Confio mais ou menos Não confio		
			44.1 A participação das pessoas é importante para resolver os problemas do país.	Concordo Concordo em parte Discordo		
			44.2 A colaboração entre as pessoas pode contribuir para	Concordo Concordo em parte Discordo		

			melhorar a situação no país.	
			36. Você costuma participar de: Partidos políticos, reuniões políticas, ONGs, movimentos sociais, abaixo assinados, manifestações, protestos e passeatas e ocupações de terrenos ou prédios públicos.	Participo Já participei Não participo
			38. Em 2013, muitos jovens foram às ruas para fazerem manifestações sobre assuntos relacionados ao Brasil. Você participou destas manifestações?	Sim Não
			CAPITAL SOCIAL VIRTUAL	
			60.1 Sinto que sou parte de uma comunidade quando participo das redes sociais.	Concordo Concordo em parte Discordo
			60.3 Quando vejo uma notícia sobre política na internet sinto vontade de participar de movimentos sociais ou mobilizações.	Concordo Concordo em parte Discordo
			56. Você participa de mobilizações políticas via internet, tais como: Abaixo assinados, boicotes e twittaços.	Participo Já participei Nunca participei
			57. Você confirma presença em eventos relacionados à política no Facebook?	Sim Não

			58. Você já participou de manifestações políticas na rua marcadas pela internet?	Sim Não
Conclusões	-	-	-	-

Fonte: Elaboração própria, com base em NUPESAL (2015 e 2016).

ANEXO 5 – Idade dos entrevistados

Tabela – Distribuição dos entrevistados por idade

	POA	FLO	CUR
13	0,3	0,4	0,4
14	12,3	3,9	6,2
15	20,9	24,0	29,6
16	33,0	38,6	35,2
17	23,3	24,0	21,3
18	7,8	5,5	5,2
19	1,7	1,9	1,6
20	0,1	0,7	0,1
21	0,1	0,5	0,1
22	0,1	0,2	0,0
23	0,3	0,2	0,0
24	0,0	0,2	0,1
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Nupesal, 2015 e 2016.