

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

Alexsander Dugno Chiodi

**JOVENS, REDES SOCIAIS E POLÍTICA:
o impacto das mídias digitais como agentes de socialização dos estudantes de
escolas públicas em Porto Alegre**

Porto Alegre
2021

Alexsander Dugno Chiodi

**JOVENS, REDES SOCIAIS E POLÍTICA:
o impacto das mídias digitais como agentes de socialização dos estudantes de
escolas públicas em Porto Alegre**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Sociais.

Orientador:
Prof. Dr. Rodrigo Stumpf González.

Porto Alegre

2021

AGRADECIMENTOS

Se estou concluindo um curso de graduação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul é porque não trilhei esse caminho sozinho, pois mesmo quando solitário, estive acompanhado. O caminho que culmina nesse trabalho começa antes de mim, com meus avós Roque Chiodi e Nilva Francisca da Silva, e cada metro de chão que ele lavrou como agricultor e cada degrau de prédio que ela esfregou como doméstica, que contam a história de tantos brasileiros que peregrinaram de terra em terra em busca da dignidade do trabalho. Do outro lado, meus avós Rovilio Dugno e Aurora Bocalon, que viveram mais de sessenta anos das colheitas feitas por eles no único pedaço de terra que já chamaram de casa. Deles vem a curiosidade e o senso de justiça social que permeiam toda a família. Essa conquista também é de vocês.

Os dois caminhos se encontram nas figuras capitais que são meus pais Gilberto Chiodi e Adriana Maria Dugno Chiodi, que estiveram em tempo integral do meu lado. Ao meu pai, agradeço pelo apoio incondicional em todas as direções que escolhi seguir, e pelo exemplo constante de que qualquer coisa que vale a pena ser construída precisa de trabalho. A minha mãe, agradeço pelo amor sem tamanho, cumplicidade, insatisfação com o comum e ordinário e curiosidade sem fim que somente um filho de professora pode ter. Se sou o primeiro em ambas famílias a concluir o ensino superior em uma universidade pública é por causa de vocês.

Na UFRGS, agradeço ao ensino de excelência proporcionado no curso de Ciências Sociais. Agradeço ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e à Pró-Reitoria de Pesquisa da UFRGS (PROPESQ) pelas bolsas de Iniciação Científica que fui contemplado.

Agradeço ao Prof. Dr. Rodrigo Stumpf González, a quem tenho o privilégio de ter sido orientado tanto na Iniciação Científica quanto nesse trabalho, pela paciência, disponibilidade e profissionalismo.

Agradeço à Prof^a. Dr^a. Jennifer Azambuja de Moraes pela genuína confiança e suporte, ao Prof. Dr. Luis Gustavo Mello Grohmann por primeiro apontar a direção da ciência política, e à Dr^a. Ana Júlia Bonzanini Bernardi, pela amizade e assistência.

Em Porto Alegre, agradeço a Jaime, Ricardo, Calvin, Henrique e Douglas pela amizade, companheirismo e lealdade nas horas mais brilhantes e nas mais escuras. Vocês foram essenciais.

A todos, meus sinceros agradecimentos.

*Já faz tempo eu vi você na rua
Cabelo ao vento
Gente jovem reunida
Na parede da memória
Essa lembrança
É o quadro que dói mais*

*Minha dor é perceber
Que apesar de termos
Feito tudo o que fizemos
Ainda somos os mesmos
E vivemos
Ainda somos os mesmos
E vivemos
Como os nossos pais*

RESUMO

O presente estudo propõe uma análise da relação entre o processo de socialização política dos jovens por mídias digitais e a construção de valores políticos. O problema central da pesquisa é: qual é o impacto das mídias digitais no processo de socialização política em relação a construção de valores políticos pela juventude brasileira? O objetivo geral é compreender o impacto das mídias digitais como agente de socialização na construção de valores políticos dos jovens brasileiros. Em relação aos objetivos específicos, são apresentados: (1) refletir sobre o papel das mídias digitais como agente de socialização política; (2) indicar possíveis recorrências e diferenças em níveis de valores políticos entre as gerações de 2001 e 2015-2019 e; (3) contextualizar de que forma os valores de interesse, apatia política, participação e confiança emergem no material coletado. A hipótese geral inferida nesse trabalho é de que jovens socializados politicamente por mídias digitais são menos apáticos, mais interessados e participativos na política em comparação aqueles socializados por agentes tradicionais de socialização política. Para responder ao problema e aos objetivos apresentados, adota-se a metodologia quantitativa por meio do método de pesquisa tipo survey. Para a realização deste trabalho, são utilizados dados de duas pesquisas empíricas conduzidas pelo Núcleo de Pesquisa sobre América Latina (NUPESAL), vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, aplicadas nas três capitais da região sul do Brasil com jovens estudantes do ensino médio entre 13 e 24 anos: a pesquisa “Democracia, Juventude e Capital Social no Brasil”, aplicada em 2001, e “Democracia, mídias e capital social: Um estudo comparativo de socialização política dos jovens no Sul do Brasil” em 2015 e 2019. Os resultados demonstram que a hipótese apresentada na introdução é parcialmente confirmada, uma vez que os jovens socializados por mídias digitais aparentam ser mais interessados por política, percebem sua eficácia política e conversam mais sobre o assunto com outras pessoas, especialmente com outros jovens. Em contrapartida, esse grupo é menos participativo e mais desconfiado, tanto interpessoal como institucionalmente. Isso posto, conclui-se que o impacto das mídias digitais como agentes de socialização política é limitado pela reprodução intergeracional do padrão de valores pré-existentes, associados a uma democracia inercial, que atravancam a consolidação de uma democracia participativa no país.

Palavras-chave: Socialização Política; Cultura Política; Mídias Digitais

ABSTRACT

This study proposes an analysis of the relationship between the political socialization process of young people through digital media and the construction of political values. The central problem of the research is: what is the impact of digital media in the political socialization process towards the construction of political values by Brazilian youth? The general objective is to understand the impact of digital media as an agent of socialization in the construction of political values of young Brazilians. In regard to the specific objectives, the following are presented: (1) to reflect about the role of digital media as an agent of political socialization; (2) to indicate possible recurrences and differences in levels of political values between the generations of 2001 and 2015-2019 and; (3) to contextualize how the values of political interest, political apathy, participation and trust emerge in the collected material. The general hypothesis inferred in this work is that young people politically socialized through digital media are less apathetic, more interested and participative in politics compared to those socialized by traditional agents of political socialization. In order to respond to the problem and the stated objectives, the quantitative methodology is used through the survey research method. To the accomplishment of this study, it makes use of data from two empirical studies conducted by the Núcleo de Pesquisa sobre América Latina (NUPESAL), related to the Postgraduate Program in Political Science of the Universidade Federal do Rio Grande do Sul, applied to the three capitals of the southern Brazilian region with high school students between 13 and 24 years old: the research “Democracia, Juventude e Capital Social no Brasil”, applied in 2001, and “Democracia, mídias e capital social: Um estudo comparativo de socialização política dos jovens no Sul do Brasil” in 2015 and 2019. The results evince that the hypothesis presented in the introduction is partially confirmed, since young people socialized by digital media appear to be more interested in politics, recognize their political effectiveness and talk more about it with others, especially with other young people. Notwithstanding, this cluster is less participatory and more skeptical, both interpersonally and institutionally. So being, it is concluded that the impact of digital media as agents of political socialization is narrowed by the intergenerational reproduction of the of pre-existing values, associated with an inertial democracy, which hinders the consolidation of a participatory democracy in the country.

Keywords: Political Socialization; Political Culture; Digital Media.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - PERCENTUAL DE PESSOAS QUE UTILIZARAM A INTERNET NOS ÚLTIMOS TRÊS MESES POR OS GRUPOS DE IDADE (%).....	30
Gráfico 2 - INTERESSE POR POLÍTICA (%)	38
Gráfico 3 - APATIA POLÍTICA (%)	39
Gráfico 4 - COMO VÊ O FUTURO (%)	40
Gráfico 5 - PRINCIPAL CARACTERÍSTICA DA DEMOCRACIA (%)	42
Gráfico 6 - PARTICIPAÇÃO POLÍTICO-SOCIAL (%)	44
Gráfico 7 - CONFIANÇA INTERPESSOAL E INSTITUCIONAL (%)	46
Gráfico 8 - UTILIZA PARA SE INFORMAR SOBRE POLÍTICA: (%)	47

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - VALORES DEMOCRÁTICOS (%)	41
Tabela 2 - AGENTES DE SOCIALIZAÇÃO POLÍTICA (%).....	48
Tabela 3 - TIPO DE SOCIALIZAÇÃO POLÍTICA (%).....	49
Tabela 4 - ACESSO À INTERNET (%)	50
Tabela 5 - GÊNERO POR AGENTE DE SOCIALIZAÇÃO (%).....	51
Tabela 6 - RELIGIOSIDADE (%).....	51
Tabela 7 - INTERESSE POR POLÍTICA (%).....	52
Tabela 8 - APATIA POLÍTICA (%).....	53
Tabela 9 - CONVERSA SOBRE POLÍTICA COM OUTRAS PESSOAS? (%)	54
Tabela 10 - CONVERSA SOBRE AS POSTAGENS DE POLÍTICA QUE VÊ NAS REDES SOCIAIS COM: (%)	55
Tabela 11 - VALORES DEMOCRÁTICOS OU AUTORITÁRIOS (%).....	56
Tabela 12 - VOCÊ COSTUMA PARTICIPAR OU JÁ PARTICIPOU DE: (%).....	57
Tabela 13 - CONFIANÇA INTERPESSOAL E INSTITUCIONAL (%).....	58

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
1.1. METODOLOGIA.....	14
2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO.....	16
2.1. Cultura Política	16
2.2 Socialização Política	22
2.3 Mídias Digitais.....	28
3. ANÁLISE DE DADOS.....	35
3.1. Análise comparativa diacrônica: 2001 – 2015 – 2019.....	37
3.1.1. Dimensão afetiva	38
3.1.2. Participação política.....	43
3.1.3. Confiança	45
3.1.4. Meios de comunicação	47
3.2. Caracterização do perfil de jovens por agente de socialização política..	48
3.2.1. Fatores socioeconômicos.....	50
3.2.2. Dimensão afetiva	52
3.2.3. Participação	56
3.2.4. Confiança	58
4. CONCLUSÃO	60
REFERÊNCIAS.....	64
ANEXO 1 – QUESTIONÁRIOS DOS SURVEYS 2001 – 2015 – 2019	75
ANEXO 2 – ANÁLISE DIACRÔNICA	101
ANEXO 3 – CARACTERIZAÇÃO DO PERFIL DE JOVENS POR AGENTE DE SOCIALIZAÇÃO POLÍTICA	103

1. INTRODUÇÃO

O ano de 2020 será lembrado como aquele em que o mundo parou. A Pandemia do Covid-19 rapidamente tornou-se a maior crise sanitária em cem anos, e a comunidade global assistiu apreensiva às fortes medidas de segurança adotadas pela cidade de Wuhan, com pesar enquanto países europeus testemunhavam seus sistemas de saúde entrarem em colapso. Até o final do ano, o vírus já havia incidido em mais de 188 países e ocasionado pelo menos 1,8 milhão de mortes – dessas, quase duzentas mil no Brasil (JOHNS HOPKINS UNIVERSITY, 2021). É muito difícil prever quais serão os impactos que o isolamento social, fechamento das escolas e universidades, parques, portos, aeroportos, o trauma da superlotação hospitalar e das perdas de vidas terão nas sociedades, Estados e novas gerações em meio à um cenário caótico e de indefinição.

Nesse período de quarentena e isolamento social adotado pelo país, de forma mais ou menos estruturada, uma ampla gama de arranjos sociais e cadeias de processos migraram à esfera digital. Sem preparação específica de condições materiais ou capacitação, instituições fundamentais como escolas e universidades, iniciaram a operar de formas impensáveis (e às vezes ilegais) até aquele momento, com videoconferências, provas e testes on-line. No campo jurídico, foi ampliado o uso de teleconferências para levar as audiências dos fóruns ao formato digital, estando juiz, advogado, réu e promotor em locais distintos. O comércio catalisou um processo de digitalização que estava em curso desde 2010 (TEIXEIRA, 2015), com uma imensa onda de inserção de lojas, mercados e pequenos comércios nos sistemas de exposição, seleção, compra e pagamento digital. A internet consolidou suas atuações como arena de entretenimento, contato interpessoal, ensino acadêmico e movimentação financeira, presente cada vez mais em todas as esferas do cotidiano e da vida pública e privada.

O processo de integração da internet no cotidiano brasileiro tem seu princípio na criação do Comitê Gestor da Internet no Brasil em 1995, o fim do monopólio da Embratel como provedor único em 1998, e o desenvolvimento dos portais de bate-papo e de notícias nos primeiros anos da década de 2000. A amplificação do acesso fora acelerada com o desenvolvimento tecnológico, substituição das conexões discadas por operações de banda larga, e a implantação da rede 3G para dispositivos

móveis em 2014. Com o advento das redes sociais, capazes de conectar indivíduos com interesses similares (ou opostos) instantaneamente em qualquer lugar do globo, o barateamento das redes móveis e a diversificação do mercado dos smartphones, em menos de vinte anos a quantidade de pessoas com acesso à internet no Brasil passou de 4% para 70% da população (CGI.br, 2019).

Possibilitados pela internet, a digitalização dos meios tradicionais de comunicação e a interação massiva dos usuários nas redes sociais fomentaram o surgimento de um novo conjunto de meios de comunicação, as mídias digitais (MARTINO, 2014). Na década de 2010, as mídias digitais foram instrumentos utilizados para o debate e atuação política, como na organização de manifestações populares tal qual a ocupação da Praça Porta do Sol em Madri em 2011, quando o protesto organizado nas redes sociais contra as medidas de austeridade impostas para conter a crise de 2008 acabou por expressar o sentimento dos jovens espanhóis em relação ao sistema político e o descontento com os partidos tradicionais (JEREZ; MACEIRAS; MAESTU, 2015). Nesse sentido, as redes sociais também foram relevantes na convocação e organização das Manifestações de Junho de 2013 que, inicialmente reivindicando a redução do preço da passagem de transporte público nas capitais do país, escalou à uma grande demonstração de descontentamento com a totalidade do sistema político (SCHERER-WARREN, 2014).

Outros exemplos do protagonismo das mídias digitais como instrumentos de ação política ocorreram no ano de 2016 em dois processos de escolhas envolvendo o voto popular. O primeiro, nos Estados Unidos, foi a campanha e eleição de Donald Trump como presidente, seguidas pelo tom belicoso e conspiratório com que conduziu seu mandato de quatro anos, pontuado pela preferência em discutir assuntos sensíveis ao país (e para o mundo) na sua conta pessoal do Twitter (MENA ALEMÁN, 2019). O segundo, no Reino Unido, trata-se do referendo da saída da União Europeia em meio à onda de imigração causada principalmente pela Guerra na Síria, no momento em que o discurso racista e xenofóbico fora altamente difundido nas redes sociais e potencializado nos rádios e emissoras de televisão (AYRES PINTO; MORAES, 2020).

No Brasil, a campanha eleitoral de 2018 foi marcada pela disseminação de informações falsas pelas redes sociais e aplicativos de mensagem (RECUERO 2019; 2020) e pela eleição do candidato de extrema-direita Jair Bolsonaro que, como

presidente, utiliza mídias digitais de forma ativa para anunciar contratações, demissões, decretos, medidas provisórias, disseminar teorias conspiratórias e promover criadores de conteúdo digital alinhados à sua visão de mundo (VISCARDI, 2020).

Nesse contexto, percebe-se que as mídias digitais impactam em diversas esferas da vida pública, como na condução do sistema democrático, dos processos eleitorais, da participação virtual ou da organização de manifestações físicas. É importante verificar qual é a influência dessa nova arena de ação política entre a juventude, uma vez que, devido ao impacto demográfico, a construção da cidadania configura uma questão fundamental no desenvolvimento e consolidação da democracia na sociedade latino-americana (BAQUERO, 2018), sendo esse caminho apenas possível de ser trilhado por uma juventude interessada e participativa, calcada em "bases sólidas de apoio a valores democráticos por meio de um processo de socialização política" (BAQUERO, 2018, p. 7).

O período da juventude, entendida aqui como período entre 15 e 24 anos (UNESCO, 2020), configura o momento de socialização de valores na vida do indivíduo, em que os jovens teriam as condições de constituir interação e participação ativa na sociedade, com o potencial de confronto dos valores socializados pelos pais por outras fontes de informação, construindo experiências relevantes na definição de seus conjuntos de crenças e atitudes quando adulto (GONZÁLEZ, 2018). É nessa conformação que a socialização política de jovens é compreendida como momento de alta importância ao analisar o impacto das mídias digitais sobre a capacidade dos indivíduos de adquirir e desenvolver competências cívicas e interferir no mundo político.

Nesse sentido, o problema de pesquisa que guia este trabalho é: Qual é o impacto das mídias digitais no processo de socialização política em relação a construção de valores políticos pela juventude brasileira?

Exposto o problema de pesquisa, o objetivo central dessa pesquisa é compreender o impacto das mídias digitais como agente de socialização na construção de valores políticos dos jovens brasileiros.

Os objetivos específicos são:

1. Refletir sobre o papel das mídias digitais como agente de socialização política;

2. Indicar possíveis recorrências e diferenças em níveis de valores políticos entre as gerações de 2001 e 2015-2019;
3. Contextualizar de que forma os valores de interesse, apatia política, participação e confiança emergem no material coletado.

A hipótese geral inferida nesse trabalho é de que jovens socializados politicamente por mídias digitais são menos apáticos, mais interessados e participativos na política em comparação àqueles socializados por agentes tradicionais de socialização política.

Nessa pesquisa, serão analisados os dados referentes ao município de Porto Alegre (RS), disponibilizados pelas pesquisas “Democracia, Juventude e Capital Social no Brasil”, aplicada em 2001 e “Democracia, mídias e capital social: Um estudo comparativo de socialização política dos jovens no Sul do Brasil” aplicadas em 2015 e 2019.

Estudos voltados a identificar o nível de capital social, competência cívica e formação de uma cultura política participativa entre os jovens (MORAIS, 2017; ZORZI, 2016; VASCONCELOS, 2019) detectam que as desigualdades socioeconômicas nacionais são reproduzidas entre as esferas públicas e privadas de ensino. Os jovens estudantes das escolas privadas, com maior facilidade de acesso aos recursos materiais, às mídias digitais e qualidade superior de ensino, comportam-se de forma atípica à grande maioria dos jovens brasileiros com acesso apenas ao ensino público¹, que formarão a maior parte dos futuros cidadãos – e conseqüentemente, do futuro eleitorado. A partir dessa compreensão, este trabalho propõe-se a analisar exclusivamente os estudantes do sistema público de educação.

Para atender aos objetivos, a pesquisa é estruturada em quatro capítulos, contando essa introdução e conclusão. O Capítulo 2 discorre sobre o enquadramento teórico, e é subdividido em três tópicos: primeiro, será discutida a teoria da cultura política (2.1), seus fundamentos e a contextualização para o caso brasileiro. Em seguida, é apresentado o enfoque da socialização política (2.2), a importância na formação de cidadãos e identificação dos agentes responsáveis por esse processo. Por fim, discute-se a teoria das mídias digitais (2.3), como esses agentes são constituídos e de que forma interferem no processo de socialização política da

¹ 87,4% das matrículas no ensino médio estão vinculadas à rede pública de ensino (PNAD CONTÍNUA, 2019).

juventude. O capítulo 3 consiste na análise de dados, sendo que em um primeiro momento procura-se apresentar uma análise comparativa diacrônica entre os valores políticos dos jovens de 2001, 2015 e 2019 (3.1), seguido pela caracterização dos agentes responsáveis pela socialização política tradicional e digital. Essa categorização em subgrupos é utilizada para identificar os impactos dos agentes socializadores na construção de valores políticos em variáveis socioeconômicas, na dimensão afetiva, participação política, confiança interpessoal e institucional da juventude em 2015 e 2019 (3.2).

1.1. METODOLOGIA

Partindo do arcabouço teórico da Cultura Política, é utilizado o protocolo quantitativo através do método survey, ao fazer uso de um questionário semiestruturado autoaplicável, em que é possível perceber valores, crenças e atitudes da população estudada ao empregar técnicas sistemáticas de análise em uma amostra representativa (BABBIE, 1999; BAQUERO, 2009). A pesquisa tipo survey tem como objetivo identificar padrões de valores, comportamentos e atitudes de uma população acerca de assuntos predeterminados, "as características demográficas, o ambiente social, as atividades, ou as opiniões e atitudes de um grupo de pessoas" (BAQUERO, 2009, p. 33).

Neste trabalho, serão utilizados dados de duas pesquisas empíricas conduzidas pelo Núcleo de Pesquisa sobre América Latina (NUPESAL), vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), aplicadas nas três capitais da região sul do Brasil com jovens entre 13 e 24 anos, estudantes do ensino médio de escolas públicas e privadas: a pesquisa "Democracia, Juventude e Capital Social no Brasil", aplicada em 2001 (anexo 1), coordenada por Baquero, e "Democracia, mídias e capital social: Um estudo comparativo de socialização política dos jovens no Sul do Brasil", coordenada por Baquero e González, aplicada em 2015 e 2019 (anexo 1). As pesquisas coletaram

dados de 500 jovens entre outubro e novembro de 2001², 2.035 entre março de 2015 e junho de 2016³, e 863 entre agosto e dezembro de 2019⁴.

A análise dos dados coletados será operacionalizada por uso de um programa de análise estatística, avaliando frequências e cruzamentos entre o agente de socialização política (variável independente) e as variáveis de interesse, apatia e participação política (variáveis dependentes), com teste de qui-quadrado de Pearson, a fim de constatar se houve uma mudança nos índices de interesse por política, participação política, confiança interpessoal e institucional entre o início dos anos 2000 (anexo 2), na metade e final da década de 2010 (anexo 3).

A investigação longitudinal com dados de quase vinte anos constitui um embasamento sólido, visto que

one of the most serious problems in the study of political socialization, particularly as it relates to change, is the fact that research has seldom been longitudinal, ignoring that individuals of all ages, children and adults, experience events such as depression, war or president assassination, at a single moment in time. (BILL; HARDGRAVE, 1973, p. 114)

Para o conceito de cultura política são utilizadas as variáveis de interesse e apatia política, níveis de participação em comunidades religiosas, comunitárias e políticas, níveis de confiança interpessoal e institucional, indicação das principais características da democracia e níveis de valores democráticos ou autoritários.

As variáveis de socialização política aqui trabalhadas procuram conceber quais são os agentes de socialização política que apresentam impacto na formação e percepção da opinião política dos jovens, com quem e de que forma os jovens discorrem sobre assuntos políticos.

² Apenas na cidade de Porto Alegre/RS.

³ Nas cidades de Porto Alegre/RS, Florianópolis/SC e Curitiba/PR.

⁴ Apenas na cidade de Porto Alegre/RS.

2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO

2.1. Cultura Política

Até a década de 1960, estudos sobre o sistema democrático na ciência política estavam situados com predominância na visão institucionalista (BAQUERO, 2003), ou seja, com foco no desenho das instituições, nas teorias da escolha racional e no processo eleitoral (DOWNS, [1957] 2013), em que comportamentos e decisões políticas são tomadas por atores políticos relevantes.

Schumpeter (1961) destaca duas formas de compreender a democracia. A primeira, seria a “doutrina clássica de democracia”, em que “o povo tem uma opinião definida e racional, a respeito de todas as questões e que manifesta essa opinião pela escolha de representantes que se encarregam da execução” (SCHUMPETER, 1961, p. 321). A segunda, em contraposição, é a denominada “nova definição”, em que o “método democrático” constitui um sistema institucional para a tomada de decisões políticas, em que o indivíduo adquire o poder através de uma luta competitiva por votos do eleitorado. A eleição e todo o aparato político decisório torna-se o campo em que o ator político que almeja um cargo de poder pode vir a obtê-lo. O campo político opera sob as mesmas fórmulas encontradas na economia, como livre concorrência, livre mercado, oligopólio, monopólio. Schumpeter, tal como Dahl (1971) e Downs ([1957] 2013), preocuparam-se em entender a democracia como forma – por seus procedimentos burocráticos, legais, ou executivos, e não por seu conteúdo (CASTRO, 2008).

É nesse debate que se desenvolve as conceituações seminais de Almond e Verba (1965), que primeiro introduzem o termo de Cultura Política, ajustando o foco de análise para as orientações de caráter psicológico, cognitivo, afetivo e avaliativo ao fazer uso de técnicas de pesquisa e abordagens metodológicas específicas na busca do entendimento sistemático de comportamentos e orientações políticas (BURITY, 2002).

A definição de cultura empregada por Almond e Verba tem influência da Escola de Cultura e Personalidade, ao compartilhar a busca da compreensão de como os indivíduos absorvem a cultura em que vivem, depreendendo que o comportamento individual resulta do processo dinâmico entre indivíduo e sociedade, não sendo essas

entidades distintas (RENNÓ, 1998). Além disso, o termo está fundamentalmente associado ao sistema político democrático nos moldes anglo-saxões, em que o modelo liberal de cidadania é o padrão. Buscava-se identificar quais valores seriam mais coesos e adequados à manutenção da democracia liberal, o alastramento desses valores entre os cidadãos dos estados e o vínculo entre estabilidade democrática e cultura política.

Almond e Verba (1965) classificam três tipos de orientação dos sistemas políticos identificados nas sociedades estudadas: a cognitiva, relacionada às crenças sobre o funcionamento do sistema político e a extensão da agência dos indivíduos; a afetiva, tratando sobre os sentimentos que os cidadãos apresentam em relação ao sistema político; e a avaliativa, em que os indivíduos, ao fazer uso de sentimentos, conhecimentos e informações, orientam suas ações em relação ao sistema.

Os diferentes tipos de cultura política seriam provenientes da interação entre duas dimensões básicas: os tipos de orientação com relação aos objetos políticos e o tipo de objeto político ao qual se destinam essas orientações: o sistema político como um todo; as estruturas de demandas individuais e coletivas (ou input objects); as estruturas responsáveis por responder às demandas individuais e coletivas (ou output objects); e a percepção do sujeito como ator político (KUSHIR; CARNEIRO, 1999). Dessas interações são identificados três tipos de cultura política: a cultura política paroquial; a cultura política da sujeição; e a cultura política da participação.

the political culture of a society is defined as the particular distribution of patterns of cognitive, affective and evaluational orientation among the population toward political objects. The political culture becomes the frequency of different kinds of cognitive, affective, and evaluative orientations toward the political system in general and the self as political actor. (ALMOND, VERBA, 1965, p.15)

A orientação subjetiva para a ação política está calcada no sistema de crenças, símbolos e valores presentes em certo grupo ou sociedade. Todo sistema político estaria "enraizado" em um conjunto de fatores sociais e culturais, não na forma que o sistema político apresenta, mas no conteúdo daqueles que o compõe.

Um sistema político que apresenta cultura cívica seria aquele que "involves the diffusion of positive orientations toward a democratic infrastructure, the acquisition of norms of civic obligation and the development of a sense of civic competence among a substantial portion of the population" (ibid, p. 27). Uma cultura cívica seria ideal para um regime democrático estável e de qualidade, capaz de manter pesos e contrapesos

para o governo (poder e capacidade de resposta) e para os cidadãos (consenso e clivagem, influência e passividade).

Só é possível para uma determinada sociedade apresentar valores, comportamentos e atitudes políticas que estão englobadas na cultura política desse grupo (ELKINS; SIMEON, 1979). É incabível esperar de certa sociedade comportamentos e atitudes dependentes de condições materiais e simbólicas que esta não possui. Assim, a cultura política é um traço basilar para o desenvolvimento político institucional de um país.

Para Uribe de Hincapié (1995), cultura política

se trata de pensar las representaciones políticas en el marco de tradiciones culturales de larga duración y de centrarse básicamente en lá interpretación y la comprensión de prácticas, modo de ver el mundo, sociabilidades, estrategias culturales de participación, resistencia y supervivencia que no podrían leerse desde la institucionalidad formal, desde la razón instrumental o desde las decisiones tomadas en torno a fines, a valores o intereses (a la manera weberiana y kantiana), sino desde una matriz sociocultural, subjetiva, afectiva que decide, actúa, se manifiesta en torno a deseos, miedos, esperanzas y frustraciones; es decir, en torno a representaciones simbólicas que están en la raíz de los múltiples sentidos con los cuales los ciudadanos viven la política. (URIBE DE HINCAPIÉ, 1995, p. 24)

Essa definição reforça o caráter menos formal, mais multifatorial da cultura política, ao apontar os elementos simbólicos das diversas aproximações que cidadãos podem apresentar em relação à política – relevantes para a forma como podem posicionar-se em relação à sociedade civil e, na ponta, com a democracia.

A obra de Almond e Verba (1965) recebeu críticas por seu eurocentrismo – das cinco nações examinadas, aquelas cujo sistema político mais se assemelhava aos componentes de uma cultura cívica eram o Reino Unido e os Estados Unidos, não por acaso aquelas em que o capitalismo e a democracia liberal estavam consolidadas, sem apresentar a sensibilidade de compreender outras realidades materiais que podem resultar no desenvolvimento de outros arranjos organizacionais das relações sócio-institucionais não congruentes com o caminho linear da democracia liberal na periferia do capitalismo (CASTRO, 2008). Pateman (1989) frisa que a participação dos cidadãos na política fora tratada pelos autores de forma condizente àquela da teoria liberal – minimalista, resumida aos períodos eleitorais como método de controle das elites governantes, de cidadãos interessados em conhecer os atores políticos, mas

não a ponto de intervir nas instâncias superiores do processo decisório (RENNÓ, 1998).

Inglehart (1971) percebe mudanças fundamentais nos valores⁵ presentes em democracias consolidadas que conflitam com o paradigma apresentado na década de 1960. Nessas sociedades, as gerações socializadas após a II Guerra Mundial não depositam interesse e preocupação em necessidades materiais de forma tão imperativa quanto às gerações anteriores, dispostos a estabelecer freios no crescimento econômico em detrimento às questões pós-materiais (como o ambientalismo), redução das desigualdades e a melhora nos níveis de qualidade de vida. Nas sociedades em que necessidades materiais de sobrevivência⁶ são sanadas, há o desenvolvimento de valores pós-materialistas.

Dalton e Welzel (2014) distinguem dois modelos de cultura política democrática: o modelo de lealdade e o modelo assertivo. Enquanto a cultura política de lealdade é aquela caracterizada pela prioridade nos resultados das políticas públicas, na ordem e segurança, limitação na ênfase da expressão e participação, predominância de valores materialistas, confiança nas instituições e apoio aos princípios e práticas da democracia, a cultura política democrática assertiva é caracterizada pela prioridade nas demandas, ênfase na expressão e participação, prevalência de valores emancipatórios, reduzida confiança nas instituições e apoio aos princípios da democracia acompanhada de insatisfação cidadã.

Neste arcabouço teórico, estaria em curso então uma substituição de valores no perfil de cidadão nas democracias consolidadas, em que tais sociedades não seria mais compostas por cidadãos leais, mas por cidadãos críticos, percebido na substituição dos valores de sobrevivência por valores de auto-expressão, sendo que esses novos valores afetam as orientações dos indivíduos em relação à participação política (NORRIS; INGLEHART, 2019).

Nas sociedades em que a democracia como sistema sócio-político está em processo de consolidação, a democratização pode estar inserida em um ciclo virtuoso, em que novas instituições e configurações sociais catalisam novos valores, atitudes e comportamentos (DIAMOND, 1994), ou em uma sociedade em que os

⁵ “Valores” podem ser compreendidos como o conjunto de orientações fundamentais, formadas por experiências adquiridas na infância e adolescência que tendem a ser duradouras por toda a vida do indivíduo (NORRIS; INGLEHART, 2019).

⁶ Acesso à moradia, à educação, à saúde e à segurança.

valores não-democráticos persistem, impedindo a mudança no padrão cultural dominante, mesmo com a estabilidade institucional e crescimento econômico (INGLEHART, 1988; BAQUERO, 2003).

Segundo Baquero e González (2011),

O principal desafio para o fortalecimento democrático, tendo em vista que avanços formais e procedimentais não têm sido suficientes para alcançar um ideal democrático participativo, é o de como estimular a formação de atitudes e comportamentos políticos que valorizem as práticas e os ideais democráticos em um país como o Brasil onde a cultura política está longe de ser participativa e cívica. (BAQUERO, GONZÁLEZ, 2011 p. 374)

Para Castro (2012), o apreço ao sistema democrático é enraizado pelos cidadãos de países em que a democracia liberal e o capitalismo são desenvolvidos de forma simbiótica pelo processo de socialização política - algo que não ocorre na América Latina, uma vez que, nesse continente, o capitalismo desenvolveu-se “sem que existisse uma base social, política, econômica ou ideológica de cunho liberal” (CASTRO, 2012, p. 83).

Bernardi (2017) aponta que, devido ao contexto histórico-cultural da região latino-americana, os estudos sobre as transições democráticas e as caracterizações dos sistemas democráticos resultantes no início da década de 1990 foram adjetivadas – majoritariamente com termos negativos – como “democracia confusa”, “restrita”, “delegativas”, “defeituosa”, “iliberais” e “híbridas”.

O termo “democracia inercial” é tratado no âmbito latino-americano (BAQUERO, 2007; 2017) quando ocorrem avanços institucionais concomitantes à manutenção da incapacidade de atender efetivamente demandas populares e a não-erradicação de vícios de um passado autoritário. Esses fatores contaminam o processo democrático, que permanece a reproduzir desigualdades na forma de uma cultura política híbrida, em que os cidadãos, simultaneamente, consideram a democracia como melhor forma de governo enquanto apresentam altos índices de insatisfação e desconfiança às instituições essenciais para o funcionamento do sistema democrático, em que o repúdio ao autoritarismo formal acompanha ceticismo em relação a eficácia do tipo de democracia vigente.

No contexto brasileiro, a democracia inercial é resultado “da incongruência entre o modelo econômico implementado e os anseios da sociedade” (BAQUERO, 2008, p. 387), entre o funcionamento das instituições e ocorrência de eleições

periódicas frente a incapacidade de ampliação de uma cultura política de participação (BAQUERO; GONZÁLEZ, 2011; BAQUERO; MORAIS, 2014). Essas dicotomias podem ser causadoras e catalisadoras do fortalecimento da antipolítica, negligência das formas tradicionais de mediação política, como os partidos políticos e, recentemente, o uso das novas tecnologias de comunicação como mecanismo virtual de mediação.

Quanto à herança, Faoro ([1958] 1975) discorre como o legado português fora enraizado no estado brasileiro – tanto no estamento político quanto na sociedade civil – com tanta eficiência que dois séculos após a Proclamação da República, as atitudes políticas do país ainda são afetadas por esse enraizamento, em uma latente contradição entre o autoritário e o democrático, o público e o privado, o "remendo de pano novo em vestido velho, vinho novo em odres velhos, sem que o vestido se rompesse nem o odre rebentasse" (Faoro, 1975, p. 748). Baquero e González (2016) instrumentalizam a contradição brasileira (e de todo um contexto latino-americano) com o conceito de democracia inercial. A democracia inercial, portanto, se refere a uma situação na qual os vícios de um passado autoritário, que afetam negativamente os princípios democráticos, não são eliminados no novo contexto de democratização, com consequências no desenvolvimento econômico e político, e para formação de uma cultura política participativa. Tais elementos produzem um efeito contaminado na democracia contemporânea. As conquistas formais da democracia, nesse contexto, não eliminam práticas políticas negativas corrosivas. A cultura política brasileira, portanto, poderia ser caracterizada pela coexistência de valores democráticos e aceitação de práticas autoritárias (BAQUERO, 2008).

González (2018) define que para a cultura política,

uma democracia estável e efetiva necessita de uma população em que os valores e as atitudes democráticos sejam dominantes, sejam centrados tanto no apoio às normas democráticas, quanto na valorização do protagonista político. Esses valores e essas atitudes são adquiridos por um processo de socialização. (GONZÁLEZ, 2018, p. 117)

Destarte, é possível inferir que a cultura política de uma sociedade é mantida, cultivada ou modificada no processo de socialização política. Na sequência, será trabalhado o conceito de socialização política, suas consequências na cultura política e como a predominância de certos atores de socialização – bem como o surgimento de novos atores – podem influenciar na cultura política das sociedades democráticas.

2.2 Socialização Política

Alguns dos primeiros registros escritos tangentes ao tema hoje denominado de “socialização política” podem ser traçados aos atenienses no século V a.C. Nos Diálogos de Platão, este relata como o processo filosófico desenvolvido por seu mentor Sócrates resultou no julgamento e sentença à morte desse último, por heresia e pelo crime de corromper a juventude. Propor uma nova forma de conceber, pensar e problematizar questões tidas como evidências incontestáveis na sociedade ateniense fora considerado intolerável.

No esforço de desenhar o modelo teórico apto a demonstrar como uma sociedade não é meramente a coleção de indivíduos isolados, mas algo maior, diferente, capaz de traçar percursos e sofrer alterações imprevisíveis dos esperados por aqueles que a compõe, Elias (1994) utiliza uma analogia aristotélica ao comparar como a estrutura de uma casa não pode ser compreendida apenas pela observação individual das pedras que a compõem, nem pela soma acumulada dessas pedras. Nessa definição, cada indivíduo nasce em um grupo de pessoas pré-existente, se desenvolve como criança e se forma como adulto por meio de – e em contato com – outras associações interpessoais. As redes de convivência são, portanto, fatores de alta relevância na formação dos valores individuais e coletivos (ELIAS, 1994).

A percepção de que a coesão e o bom funcionamento da sociedade civil estão vinculados ao processo de transmissão de valores pode ser encontrado na sociologia clássica, com Durkheim (1995) e Parsons (1968). Ainda compreendendo a relevância do processo, mas de visão menos otimista, Marx ([1932] 2015) entende essa transmissão de valores como a forma de perpetuação da ideologia dominante sobre as novas gerações (VARGAS-SALFATE, et al., 2015).

Ainda no campo da sociologia, Berger e Luckmann ([1973] 2008) estratificam o processo de socialização dos indivíduos entre “socialização primária” e “socialização secundária”. A socialização primária ocorre na infância, constitui o momento de enraizamento dos valores simbólicos, do contexto e da realidade social em que o indivíduo está inserido. Essa fase da socialização estaria restrita aos membros mais próximos da criança, como seus pais e familiares, e seria aquela de maior importância na constituição individual. A socialização secundária, por sua vez, é o processo que ocorre quando o indivíduo começa a frequentar outros meios sociais – escola, igreja,

associações, desenvolver conhecimentos específicos sobre a amplitude da realidade, entrar em contato com outros contextos e realidades materiais que podem reforçar ou antagonizar as realidades enraizadas na socialização primária. De toda forma, argumentam os autores, a interiorização da realidade ocorrida na socialização primária não é passível de apagamento, sendo a socialização secundária uma sobreposição da nova realidade sobre a já existente.

Os estudos seminais do que viria a ser entendido como socialização política na ciência política pode ser traçado a Hyman (1959). O autor trabalha o termo como o processo que insere o indivíduo na cultura política das orientações compartilhadas, em que o conjunto de propensões e tendências daquela comunidade são internalizadas e padronizadas. No entendimento que a cultura política delimita o campo do possível, as diferenças do processo socializador podem ser grandes de acordo com as experiências de vida pessoais, mas estariam, necessariamente, circunscritas e limitadas às orientações presentes na comunidade. Trata-se da apropriação de normas, valores, atitudes e comportamentos praticados – e aceitos – pelo sistema político e arranjo social existente, mediado por todos aqueles que cercam e estão presentes na vida cotidiana do indivíduo.

Greenstein (1968) contribui ao perceber a aprendizagem política por agentes que não são, fundamentalmente, políticos. Essa apreensão de valores políticos pode ser formal, planejada e explícita, tanto quanto informal e difusa, promovida por experiências em outros campos da vida social que resultam na aquisição de comportamentos, valores e atitudes políticas.

Para Dawson e Prewitt (1969), a socialização política é o processo que molda e transmite a cultura política de determinada nação, mantendo-a coesa, transmitindo-a de geração em geração, mas que também apresenta o potencial de transformar a cultura política – ou parte dela – em momentos específicos, como o surgimento de novas comunidades políticas – ou, talvez, novos agentes socializadores (BRIM, 1966).

Nessa perspectiva, torna-se central na discussão sobre cultura política e democracia, entender como os jovens internalizam normas e valores políticos e como esses elementos os ajudam na construção de uma imagem do mundo político e das expectativas que são geradas em relação ao futuro. Conceitos associados à decodificação do mundo político se referem ao grau de informação, nível de engajamento, grau de interesse e eficácia política. Conforme Sangirardi (2013), a

erosão de fronteiras entre gêneros informativos e de entretenimento permeou a política com novos enquadramentos, apresentando-a de maneira mais informal que o formato tradicional do jornalismo, alcançando o público principalmente formado pelos mais jovens.

Todo processo de socialização envolve transmissão de cultura (MUSITU, 2000). Para o desenvolvimento e consolidação da Cultura Política em uma sociedade, é preciso haver um processo de interiorização de valores pelas novas gerações – uma socialização política (SCHMIDT, 2000), promovida em um primeiro momento na infância pelo meio familiar (HYMAN, 1959; EASTON; DENNIS, 1969) e na juventude por outros agentes socializadores (JENNINGS; NIEMI, 1974). É por meio da socialização política que os jovens internalizam normas, valores e princípios que moldam seu comportamento em relação à política. Por meio da interação do indivíduo com o seu ambiente, seja de maneira indireta ou direta⁷, desenvolve determinados padrões de orientação e participação política (BAQUERO; MORAIS, 2014), e promove condições culturais propícias à manutenção do sistema político-social vigente (BAQUERO; GONZÁLEZ, 2011).

Para Hess e Torney (1967), os agentes de socialização política seriam a família, escola, igreja, grupo de pares, classe social, grupo étnico e a mídia, sendo a família e a escola aqueles que receberam mais atenção nas décadas de 1960 e 1970. Em qualquer tempo, as orientações políticas transmitidas por diferentes agentes podem reforçar ou serem contraditórias. Algumas fontes tem mais influência em momentos particulares da vida. Ao decorrer da década de 1970, a mídia de massas passa a ser vista não mais como elemento secundário na internalização de valores, mas como o agente cuja proeminência da criação e transmissão de informações supera aquela dos pais, escola e família (HIRSCH, 1972), ao adquirir de forma crescente o papel de moldador das orientações políticas (DAWSON; PREWITT, 1969), e eficientes para o desenvolvimento de uma padronização nas noções e comportamentos da identidade nacional de estados e sistemas nos processo de formação ou transição (PYE; VERBA, 1965).

Há na literatura sobre socialização política uma gama de autores que identificam importante correlação entre as atitudes e sentimentos políticos dos jovens quando comparado àquelas seus pais (SEARS, 1975; NEUGARTEN; HAGERTAD,

⁷ Ou latente e manifesta (Almond; Coleman, 1969).

1982; VENTURA, 2001; MCDEVITT; CHAFFEE, 2002; BAQUERO, 2008; DAWSON; PREWITT, 1969; EASTON; DENNIS, 1969; NAZZARI, 2005; SILVEIRA; DE AMORIM, 2005) de forma ativa ou passiva. Tanto na socialização primária quanto na secundária, o aprendizado político tende a ser difuso, não planejado. Os pais parecem perceber temas, situações e conteúdos mais importantes para o desenvolvimento infantil que temas políticos, e tendem a não abordá-los diretamente na infância. Não obstante, mesmo valores e crenças não vistas como inerentemente políticas podem ser de grande influência na constituição do indivíduo como cidadão, nas formas como vê instituições políticas e na participação.

Na cultura ocidental, a família é uma instituição hierarquizada, sendo a primeira configuração social que a criança tem contato, aprende e internaliza noções de causa-efeito, regras, ordem e participação no processo decisório. O processo de socialização costuma ser verticalizado, em que os pais ou tutores ensinam suas crenças e valores aos filhos, além de servir de exemplo para o engajamento político, interesse ou apatia. Os pais influenciam o desenvolvimento político de seus filhos como modelos de influência (DAWSON; PREWITT, 1969).

A partir dos anos 1970, as análises da socialização política em adolescentes e adultos e outros agentes de socialização política que não a família ganham vigor, em especial com o trabalho de Jennings e Niemi (1974). Até então, a análise costumava enquadrar o processo de socialização política como algo ativo em crianças, nas suas casas. Desde então, o leque de agentes socializadores e o espectro de idade em que o sujeito está em processo de socialização parecem se abrir.

A instituição escolar fora notada como importante agente socializador logo no início dos estudos sobre o tema (BANKS; ROKER, 1994; ALVARADO et al., 2006; GOLDENSON, 1978; DUEK, 2010; JENNINGS; NIEMI, 1974; BAQUERO; GONZÁLEZ, 2011). No contexto estadunidense, os estudos das décadas de 1960 e 1970 (JAROS et al., 1968; LYONS, 1970) demonstravam como a escola exercia forte papel no desenvolvimento e enraizamento de fortes valores e senso de lealdade à nação, inclusive aproximando nos jovens alunos tendências chauvinistas na forma de ver o mundo, de sentimento de superioridade de seu país e cultura sobre qualquer outra. (MADDOX; HANDBERG, 1980).

Em geral, cabe a escola o papel de interiorizar o respeito à autoridade na figura do professor, a socialização entre pares e o conjunto de práticas e valores que formam

um “bom cidadão”. O professor é provido da autoridade física e simbólica, por (presumidamente) deter a versão real dos fatos históricos e da compreensão do mundo atual.

A organização curricular, decisão de quais matérias serão – e como serão – ministradas costumam estar sobre a égide dos estados, mas não são raras as instituições confessionais e militarizadas. A organização interna, as hierarquias e valores presentes na instituição escolar e sua composição social podem resultar na formação de diferentes tipos de cidadãos (DAWSON; PREWITT, 1969), e um ambiente escolar composto de um ethos de caráter democrático incide maior envolvimento político e menores taxas de apatia e desinteresse (PALONSKY, 1987), enquanto as instituições de ensino que socializam padrões autoritários e conservadores por meio de suas práticas educativas, desestimulam a participação escolar e política (SILVEIRA; AMORIM, 2005).

Lenski (1961) é um dos pioneiros em observar o fator religioso no processo de socialização política, ressaltando que os estudos nessa área costumam esbarrar na sobreposição de subgrupos dentro das comunidades religiosas, ou os subgrupos em que as comunidades estão inseridas, possivelmente coincidindo com fatores socioeconômicos, raciais e étnicos, que podem dificultar as análises do impacto religioso na socialização política individual. De qualquer forma, as instituições religiosas costumam estar relacionadas ao conjunto de crenças e formas de interpretar o mundo material dos pais e tutores das crianças, reforçando a socialização primária.

A mídia, como o conjunto de veículos de imprensa e comunicação em massa, fora entendida no início dos estudos de socialização política como um agente secundário, ferramenta de transmissão de conhecimentos, valores e atitudes que corrobora com aquelas ensinadas por pais, pela família, na escola, ou pessoas do convívio do indivíduo. Com o avanço das pesquisas na área, a exposição de crianças e adolescentes à televisão, canais de notícia e de rádio são interpretados como agentes de alto grau de influência na absorção e entendimento do sistema político vigente, atitudes sobre partidos políticos, o sistema eleitoral (CONWAY et al., 1981), enquanto a leitura de jornais tem efeito maior na participação e no conhecimento político de adolescentes (CHAFFEE et al.; 1970), com efeitos nas atitudes e

participação política às vezes superiores aos efeitos do sistema de educação (CONWAY et al., 1981).

A mídia passa a ser vista então como agente ativo de socialização política de primeira importância, provendo uma intermediação aos conteúdos fundamentais para o desenvolvimento de valores políticos de adolescentes e jovens, na leitura do meio social em que estão inseridos e no reforço – ou contradição – de sua socialização primária (ADONI, 1979). Para Edelman (1988), trata-se de um agente que detém a narrativa dos eventos históricos e atuais, e os meios de difundi-los socialmente, sob a alcunha de “fatos”, que serão utilizados por pais, professores, clérigos e pessoas do convívio social do indivíduo para construir a própria narrativa dos acontecimentos e configurações que constroem o agora. O autor ressalta que a mídia é, também, uma construção simbólica que reflete, ativa ou passivamente, as visões e leituras de mundo que suas organizações e executivos julgam ser importante, nas suas próprias interpretações e nas suas próprias narrativas.

Com o exponencial desenvolvimento tecnológico do final do século XX, o campo da mídia, composto pela transmissão de ondas sonoras (rádio), eletromagnéticas (televisão) e impressa (jornal) recebe um novo componente: as mídias digitais. No Brasil, os agentes de socialização política de maior relevância são a família, escola e mídia (SCHMIDT, 2000). Na última década, estudos exploram o papel das novas tecnologias de informação e das redes sociais como agentes de socialização política (MORAIS, 2017; MORAIS; BAQUERO, 2018; GONZÁLEZ, 2018).

Os estudos que interpretam o termo “socialização política” como o processo de transmissão, constituição e enraizamento de comportamentos, valores e atitudes existentes na sociedade aos novos indivíduos centravam o foco da análise de socialização no núcleo familiar e na escola (HESS; TORNEY, 1967). No final da década de 1970 e por toda a de 1980, os meios de comunicação passam a ser notados como agentes socializadores políticos de jovens (CONWAY et al., 1981; CHAFFEE et al., 1970; ADONI, 1979; EDELMAN, 1988). Os meios de comunicação com agência no processo socializador seriam a televisão, o rádio e serviços de broadcast em geral, as revistas, jornais ou mídia impressa. Na metade da década de 1990, um possível novo agente se desenvolve nesse campo: as mídias digitais (BAQUERO; BAQUERO; MORAIS, 2016). A seguir, discute-se como foram

construídas e de que forma essas mídias interferem no processo de socialização política dos jovens.

2.3 Mídias Digitais

“Mídias digitais” é um termo utilizado para criar uma separação conceitual às mídias analógicas, formas de comunicação em massa existentes até a década de 1980, das chamadas “novas mídias” (CHANDLER; MUNDAY, 2011). Segundo Martino (2014),

As mídias analógicas, em linhas gerais, tinham uma base material: em um disco de vinil, o som era gravado em pequenos sucos sobre uma superfície de vinil e, quando uma agulha passava sobre esses sucos, o som era reproduzido. Da mesma maneira, na fotografia e no cinema, uma película fixava, a partir de reações químicas, a luz que chegava através da lente de uma câmera. No caso do rádio da televisão, ondas produzidas a partir de meios físicos eram lançadas no ar e captadas por antenas. Nas mídias digitais, esse suporte físico praticamente desaparece, e os dados são convertidos em sequências numéricas ou de dígitos – de onde *digital* – interpretados por um processador capaz de realizar cálculos de extrema complexidade em frações de segundo, o computador. (MARTINO, 2014, p. 10-11)

Assim, fundamentalmente o que difere as mídias digitais das mídias analógicas – ou, tratando-se de socialização política, os agentes digitais dos agentes tradicionais de socialização – é a necessidade de uma ferramenta para a decodificação de sequências numéricas em dados e a facilidade de produção e difusão do conteúdo.

Desde 1991 com a criação da World Wide Web no Centro Europeu de Pesquisas Nucleares, até os primeiros anos da década de 2000, as mídias digitais existentes configuravam blogs, alguns endereços eletrônicos e a digitalização de documentos ou jornais que já operavam no campo físico. Em 2005, inicia o que fora convencionalmente chamado de “web 2.0”, quando o desenvolvimento e popularização material dos meios tecnológicos, das redes sociais e das capacidades de fornecimento de rede acompanhou o aumento do grau de “colaboração e produção/uso/consumo de conteúdos pelos próprios usuários” (MARTINO, 2014, p.13).

Para Innis (1951), o processo de transformação cultural, assim como a compreensão do tempo-espaço, está implícito nas formas da tecnologia dos meios de comunicação usados para interações entre indivíduos e instituições de determinada

sociedade. Entender o meio de comunicação dominante e suas transformações faz parte de entender as transformações da vida social.

No Brasil, em 2003⁸, 90% dos lares possuíam aparelho de televisão, 87,8% contavam com o rádio, 11% tinham microcomputadores com acesso à internet, e em 38,6% haviam telefone celular (PNAD, 2003). Em 2018⁹, a televisão está presente em 96,4% dos domicílios, o rádio em 69%, o acesso à internet em 79,1% e o telefone celular em 94,1% dos lares (PNAD, 2018).

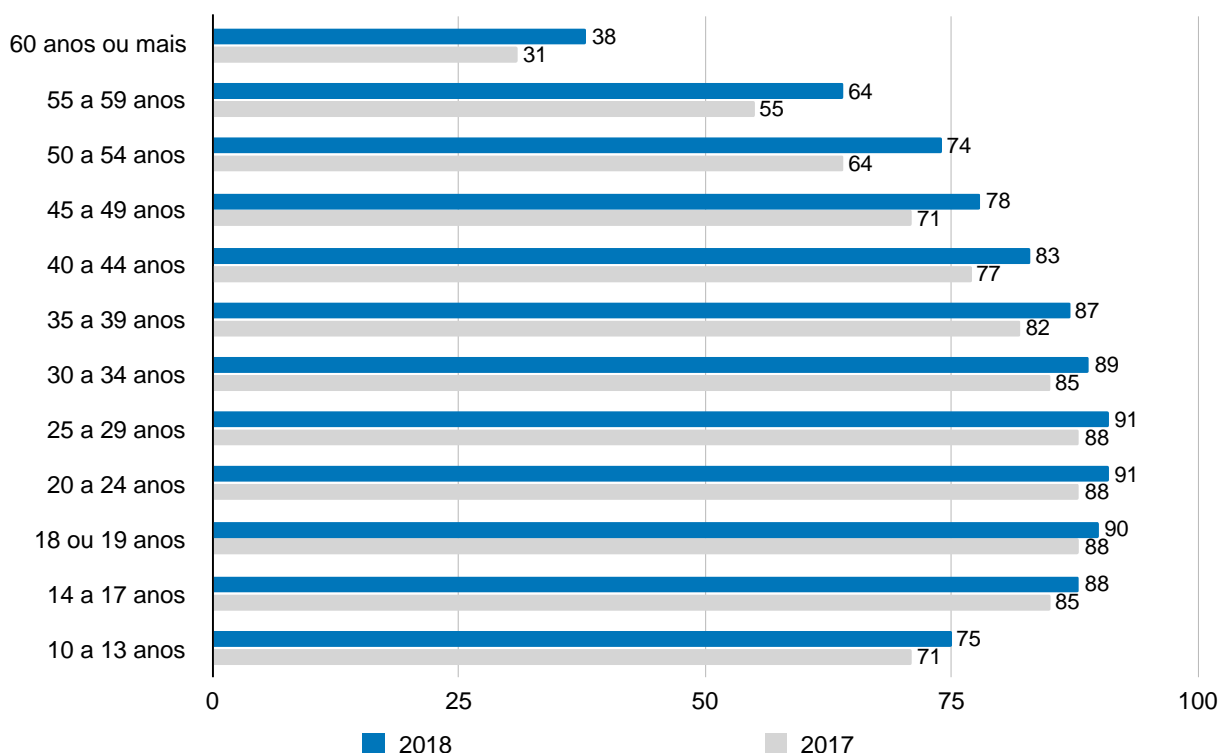
Se no início do século o acesso à internet era provido via rede telefônica e a interface representada por microcomputadores ou computadores pessoais, em 2018 98% das pessoas que acessam a internet o fazem pelo celular, e em 99,2% dos domicílios que havia acesso à internet, o telefone móvel celular era utilizado para este fim (PNAD, 2018). O uso do telefone celular já está próximo da totalidade dos domicílios como o principal meio de acesso à internet.

Os dados do PNAD 2017-2018 demonstram o progressivo aumento da abrangência da internet na população nacional. Se estratificadas em faixas etárias, percebe-se que o conjunto de pessoas entre 14 e 24, além de conter as três maiores proporções de uso da internet na população nacional, apresentam taxas de uso da internet maiores que o daquelas com mais de 35 anos de idade.

⁸ 2003 fora o primeiro ano em que o PNAD (PESQUISA NACIONAL POR AMOSTRA DE DOMICÍLIOS CONTÍNUA - PNAD CONTÍNUA) incluiu o acesso a internet como variável.

⁹ Ano mais recente com os dados do PNAD completos.

Gráfico 1 – PERCENTUAL DE PESSOAS QUE UTILIZARAM A INTERNET NOS ÚLTIMOS TRÊS MESES POR OS GRUPOS DE IDADE (%)



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2017-2018.

O surgimento das mídias digitais no campo de informação e interação vem sendo analisado por diversos autores de forma entusiasta, mas também cautelosa. Chadwick (2011) verifica que ocorre uma transição entre o “ciclo de notícias”, próprio dos meios tradicionais e seus protocolos de padrões, redação e publicação, para o “ciclo de informação política”, um conglomerado de tensões e mudanças nas relações de poder entre os autores, inseridas no mesmo campo de criação e difusão de informação. Há uma vantagem nessa configuração, a retirada do monopólio da narrativa das grandes empresas de mídia, porém as contribuições em tempo real das contestações de notícias pode criar uma “câmara de eco” (SUNSTEIN, 2001), em que os usuários expõem e consomem somente notícias e informações que reforçam suas crenças políticas, uma vez que o aumento de oferta pode aumentar a exposição seletiva e a ideologização, causando o aumento da polarização política.

Melican e Dixon (2008) registram uma relação direta entre a credibilidade que uma fonte de informação tem para um indivíduo e a concordância que o material veiculado apresenta com suas crenças e valores, podendo desenvolver uma

crescente confiança – e até dependência – naquele veículo para compreender os eventos sociais e políticos (GREER, 2003; WANTA; HU, 1994). Esse processo de interesse, confiança e dependência em um veículo de informação, ou um conjunto de atores que interpretam, reproduzem e divulgam apenas uma visão, subjetiva e própria da realidade, pode intensificar o processo de “câmara de eco” e encorajar um sistema político cada vez mais polarizado e intolerante (STROUD, 2010; MUTZ; MARTIN, 2001).

O imediatismo em que opera as mídias sociais pode criar um cenário de superabundância de informação política que, ao comportar-se como mercadoria, opera em uma espécie de mercado de consumo de informação (SERRANO-PUCHE, 2017). Essa superprodução de conteúdo político pode criar uma “exposição acidental”, ou seja, que a pessoa que acessa as mídias digitais para utilizar e consumir outro tipo de conteúdo, como entretenimento, se depara (as vezes com frequência) a discussões políticas, em um arranjo em que o consumo de notícias se torna subproduto das atividades online, misturadas a conteúdos de entretenimento (LEE; KIM, 2017).

O grau de abrangência e alto nível de acesso ao ciberespaço¹⁰ e às mídias digitais também permitem, de forma inédita, que subculturas – como os jovens – em todo o globo possam compartilhar de um mesmo “universo de referências” (NOVAES; VITAL, 2005), com a exposição aos mesmos valores e símbolos, de forma mais econômica, prática e eficaz de acesso e subsequente impacto na comunicação e na socialização de jovens.

Para Castells (2007), a exponencial importância que a internet adquire no início do novo milênio e sua inserção na universalidade da construção do cotidiano revolucionam a informação e reestrutura o capitalismo, no que seria a base da configuração da “sociedade em rede”. Com uma matriz baseada na alta flexibilidade e dinamismo, trata-se de um arranjo social altamente compatível ao capitalismo contemporâneo, no que o autor denomina “capitalismo informacional”. A informação, como qualquer outra mercadoria, está sujeita ao processo de produção, troca,

¹⁰ “Interconexão digital entre computadores ligados em rede. É um espaço que existe entre os computadores, quando há uma conexão entre eles que permite aos usuários trocarem dados” (MARTINO, 2014; p. 29). “Esse novo meio tem a vocação de colocar em sinergia e interfacear todos os dispositivos de criação de informação, de gravação, de comunicação e de simulação” (LÉVY, 2000, p. 92-93).

organização e consumo. Seu valor de mercado no capitalismo informacional é alto, uma vez que dados e informações são primordiais para a tomada de decisões com potencial de afetar milhões de pessoas em todo o globo.

Se, na revolução industrial, as informações eram usadas para controlar a tecnologia e para a criação de bens, [...] na Revolução da Informação as informações são usadas para produzir mais informações, desde os bens simbólicos produzidos pela indústria da cultura até os produtos de consumo cotidiano, adaptados a gostos e necessidades específicas. (MARTINO, 2014, p. 105)

Junto a isso, Castells (2010) formula o conceito de “cultura da virtualidade real”. Se as representações simbólicas e a forma com que a realidade é interpretada por diferentes pessoas inseridas em diferentes contextos são basilares na constituição da própria realidade, e se esse conjunto simbólico de representações que a humanidade está imersa não existe calcada em objetos e materiais sólidos, mas em símbolos e ideias compartilhadas, quer dizer que a realidade simbólica humana sempre foi “virtual”¹¹. A grande diferença dessa virtualidade para a comunicação mediada por computadores é a maneira com que todas as representações podem ser apropriadas nos meios digitais e acessadas por terminais, como computadores, telefones e tablets, a qualquer momento, em qualquer lugar.

No ciberespaço, todos os atores conversam na mesma língua: a linguagem universal das mídias digitais (CASTELLS, 2010). Dados de relativa importância como notícias urgentes, estão lado a lado com teorias da conspiração e comentários de leigos. Há uma “troca de códigos” entre as produções desse meio, em que “programas interativos parecem videogames; noticiários são construídos como espetáculos audiovisuais” (CASTELLS, 2010, p. 394). Emissores e receptores compartilhar o mesmo ambiente simbólico, interagindo nas redes de significados presentes em seu interior. Todos os emissores são potencialmente receptores e os receptores podem agir como emissores. Como as divisões entre emissores e receptores são erodidas, cada indivíduo tende a negociar os significados das informações que recebe pensando também nas que transmite. Esses indivíduos, os “emissores-receptores”, formam redes de comunicação nas quais as mensagens são discutidas, ressignificadas e reelaboradas. Na sociedade em rede, a “recepção” é uma produção-recepção em rede (MARTINO, 2014).

¹¹ Virtual aqui é compreendido como algo que existe sem ser concreto, sem necessitar de um corpo material. (RHEINGOLD, 1997).

Apesar da erosão da linha entre público expectador e produtores, isso não deságua em uma “democracia informacional”, em que os grandes conglomerados de mídias estariam em plena concorrência com pequenos produtores locais de conteúdo, ou até de indivíduos com domínio básico de criação e edição. A indústria cultural, já dotada dos meios de produção, não enfrenta problemas ao transferir seu capital nas mídias digitais, quando não buscando adaptá-las à sua própria lógica de mercado.

As mídias digitais, portanto, apresentam a capacidade de contornar os limites de pais, professores e outras autoridades ao acesso direto a informação, promove comunicação com ilimitado número de cidadãos e cria um canal de comunicação direta com as elites políticas, podendo resultar impactos profundos às estruturas da socialização política (CHADWICK, 2006; DENTON; KUYPERS, 2007). Para Muñoz (2010), as mídias digitais podem desenvolver significativamente pelo menos três segmentos essenciais do sistema democrático: a obtenção de informação, a deliberação e a ação política.

É possível indagar se esse impacto é efetivamente positivo ou, na verdade, danoso à democracia. Morais (2017) versa sobre os autores que distinguem uma visão otimista do uso das mídias digitais para o funcionamento do sistema democrático, em que o amplo acesso às informações no momento de sua ocorrência e a possibilidade de mobilização social com menores custos permitiria novas formas de interação social e de participação política, operando como meios de instrumentalização dos valores democráticos (NORRIS, 1999; NEWTON, 1999; MATOS, 2008). A autora também verifica a ocorrência de uma visão pessimista sobre o impacto das mídias digitais na qualidade da democracia, com a possibilidade de que, na verdade, a inserção dos cidadãos nas instâncias decisórias configura uma ilusão, com perspectiva de comprometimento do engajamento cívico, aumento da apatia política e do desinteresse (BOULIANNE, 2009; POLAT, 2005; WILHELM, 2000; 2004; PUTNAM, 2015).

A relação entre a internet, os jovens e a socialização política é abordada por Morais (2017), quando aponta que

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 negativos, como a responsável pela apatia política e a

desconfiança generalizada, quanto pelo seu potencial mobilizador na cultura política, pela capacidade de informar. (MORAIS, 2017, p. 37-38)

Devido à integração de computadores e celulares à vida cotidiana, as mídias digitais podem ter adquirido um papel de socialização política na juventude. Dadas às características do ciberespaço e da produção e circulação de conteúdo, é possível indagar se os jovens socializados politicamente por agentes digitais desenvolvem valores políticos mais ou menos democráticos, maiores ou menores níveis de confiança, interesse ou apatia por política. Para isso, faz-se necessária a análise de dados.

3. ANÁLISE DE DADOS

Como descrito no capítulo introdutório, o objetivo central desta pesquisa é compreender o impacto das mídias digitais no processo de socialização política em relação a construção de valores políticos pelos jovens porto-alegrenses. Para isso, são utilizados dados de duas pesquisas empíricas realizadas pelo NUPESAL/UFRGS por meio do método de pesquisa tipo survey: “Democracia, Juventude e Capital Social no Brasil”, aplicada em Porto Alegre em 2001, coordenada por Baquero (anexo 1), e “Democracia, mídias e capital social: um estudo comparativo de socialização política dos jovens no Sul do Brasil”, coordenada por Baquero e González, aplicada nas três capitais da região sul do Brasil em 2015 e 2019 (anexo 1). Os três bancos de dados são compostos por jovens estudantes com idades entre 13 e 24 anos, estudantes do 1º ao 3º ano do ensino médio das escolas públicas e privadas.

Para essa pesquisa, serão analisados os dados referentes ao município de Porto Alegre (RS), por serem os únicos coletados nos três bancos de dados, permitindo identificar se houve mudanças ou continuidades no padrão de valores políticos da nova geração de jovens em relação àquela do início do século, assim como o impacto das mídias digitais no processo de socialização política em relação a construção de valores em dois momentos recentes em que as mídias digitais já estão em processo de integração nessa parcela da população, em 2015 e 2019.

Entre a juventude porto-alegrense, este trabalho propõe-se a analisar os jovens estudantes da rede pública de ensino. Autores que trabalham a questão da socialização política e a escola (DAYRELL, 2007; FUKS, 2011; 2012; ZORZI, 2016; BERNARDI, 2017; BICCA, 2017; MORAIS, 2017; VASCONCELOS, 2019) apontam que a socialização política é afetada pela desigualdade de recursos entre aquelas públicas e privadas, resultando em taxas superiores de competência cívica (HOSKINS et al., 2008) e atitudes assertivas (DALTON; WELZEL, 2014) dos estudantes do sistema privado. As escolas públicas e privadas apresentam condições desiguais ao desenvolvimento das habilidades políticas, sendo, em geral, as escolas do sistema privado “mais bem-servidas por recursos que, além de permitirem acesso à informação política, estimulam o interesse dos jovens por política” (FUKS, 2011, p. 161).

Desde a década de 1990, o processo de massificação da escola pública de ensino médio no Brasil¹² resulta na diversificação do perfil socioeconômico dos alunos, que refletem os níveis de desigualdade material e simbólica de uma estrutura social excludente, como a brasileira. No processo de inserção do novo perfil de alunos nas escolas públicas,

ocorreu uma migração significativa dos alunos das camadas altas e médias para a rede particular de ensino, que experimentou uma expansão significativa na última década, uma nova face da elitização que consolidou o sistema público de ensino no Brasil como uma “escola para pobres”, reduzindo e muito o seu poder de pressão e o zelo pela qualidade. Nesse processo, o próprio sentido do ensino médio veio se transformando. Antes, significava o caminho natural para quem pretendia continuar os estudos universitários. Agora, principalmente com a sua incorporação à faixa de obrigatoriedade do ensino [13], tornou-se também a última etapa da escolaridade obrigatória e, para a grande maioria dos jovens, o final do percurso da escolarização. (DAYRELL, 2007, p. 1116)

A partir do entendimento de que há diferenças entre a escolarização pública ou privada, e que cerca de 87% (PNAD, IBGE, 2018) dos jovens frequentam instituições públicas de ensino, nesse trabalho o esforço será direcionado em compreender o impacto dos agentes digitais de socialização política em jovens estudantes de escolas públicas do município de Porto Alegre. Feitos esses recortes, as subamostras correspondentes aos jovens porto-alegrenses estudantes da rede pública de Porto Alegre/RS com idades entre 13 e 24 anos são 320 em 2001, 378 em 2015 e 640 jovens em 2019.

Leccardi e Fexa (2011) traçam o uso do conceito de “geração” pelas ciências sociais. Inicialmente definida no século XIX como o conjunto de pessoas que apresentam semelhanças culturais por nascer em determinada época, o conceito passou por Ortega y Gasset ([1923] 1931), Abrams (1982) e pela formulação de Mannheim ([1928] 1952), que não vê no arbitrário recorte temporal de nascimento do conjunto de pessoas um aglutinador cultural forte o suficiente, mas do processo histórico que os jovens compartilham. O vínculo geracional ocorre quando há

la presencia de acontecimientos que rompen la continuidad histórica y marcan un antes y un después en la vida colectiva; [...] el hecho de que estas discontinuidades sean experimentadas por miembros de un grupo de edad

¹² Em 1994, havia cerca de cinco milhões de matrículas registradas no ensino médio em nível nacional. O ano de 2000 já registrava mais de oito milhões, um acréscimo de 50% de inscritos em seis anos (ZIBAS, 2005).

¹³ Emenda Constitucional nº 14, de 12 de setembro de 1996; Emenda Constitucional nº 59, de 11 de novembro de 2009.

en un punto formativo en que el proceso de socialización no ha concluido, por lo menos en sus fases más cruciales, y cuando los esquemas utilizados para interpretar la realidad todavía no son rígidos por completo. [...] A través del concepto de generación, los largos tiempos de la historia se sitúan en relación a los tiempos de la existencia humana y se entretienen con el cambio social. (LECCARDI; FEXA, 2011, p. 17)

Assim, parte-se do entendimento que a análise de mudanças de valores intergeracionais¹⁴ é indispensável, uma vez que a substituição geracional do início do século até o presente momento pode estar acompanhada de uma mudança expressiva de valores (NORRIS; INGLEHART, 2019) – ou, tão significativa quanto, de uma manutenção. Para tanto, primeiramente será apresentada uma análise comparativa diacrônica¹⁵ entre os valores presentes nos jovens de três momentos distintos, isso é, 2001, 2015 e 2019, a fim de compreender se a nova geração de jovens reproduz valores políticos semelhantes às gerações passadas, quando não havia o impacto das mídias digitais, ou se há mudanças significativas nos padrões de valores dessa parcela da população nesse intervalo de tempo (anexo 2). Depois, será descrita a dinâmica entre a socialização tradicional e digital nos valores políticos de interesse e apatia política, participação política, confiança interpessoal e institucional, uso e confiança nos meios de comunicação, para compreender se os resultados encontrados na comparação diacrônica são explicados pela socialização digital (anexo 3).

3.1. Análise comparativa diacrônica: 2001 – 2015 – 2019

Identificar e compreender as mudanças e permanências de valores registrados na parcela jovem entre o início do século e o final da segunda década é importante para perceber se a integração de novos agentes de informação e socialização política são capazes de influenciar valores políticos desse conjunto de indivíduos que, em breve, formarão a maior parte do eleitorado e da sociedade civil, capazes de alterar – ou manter – os valores dominantes na sociedade brasileira. Para identificar esses

¹⁴ Neste trabalho, a análise intergeracional é realizada de maneira diacrônica, ou seja, não se propõe acompanhar as mudanças de valores de uma geração ao longo do tempo, mas de diferentes gerações vivendo o mesmo período de vida em momentos distintos.

¹⁵ Por análise comparativa diacrônica, entende-se o método utilizado por Bartolini (1994) para uma “investigação transversal do tipo diacrônico, cujo ponto central seria o de observar as mutações no tempo através de uma aproximação de distintos momentos” (ALVES; SAHR, 2014, p. 8).

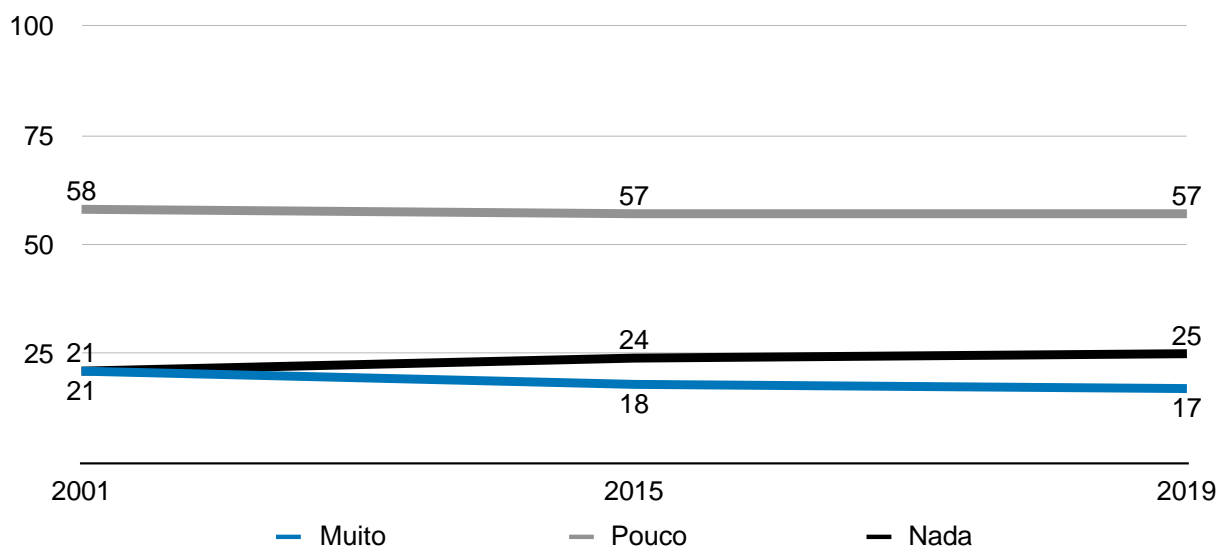
valores, serão comparados diacronicamente as variáveis da dimensão afetiva (ALMOND; VERBA, 1965) dos jovens em relação à política, de participação política, confiança interpessoal e institucional .

3.1.1. Dimensão afetiva

Uma variável de elevado valor descritivo para compreender a percepção dos jovens em relação à política e seu poder efetivo de ação é o grau de interesse por política.

Nos 18 anos que separam o primeiro survey do último, percebe-se que, em termos gerais, o interesse por política não registrou alterações relevantes. Apesar da integração dos novos meios de comunicação que facilitam o acesso à informação, não há incremento na parcela de jovens que diz ter interesse por política. Pouco interesse por política é um valor estável na juventude porto-alegrense.

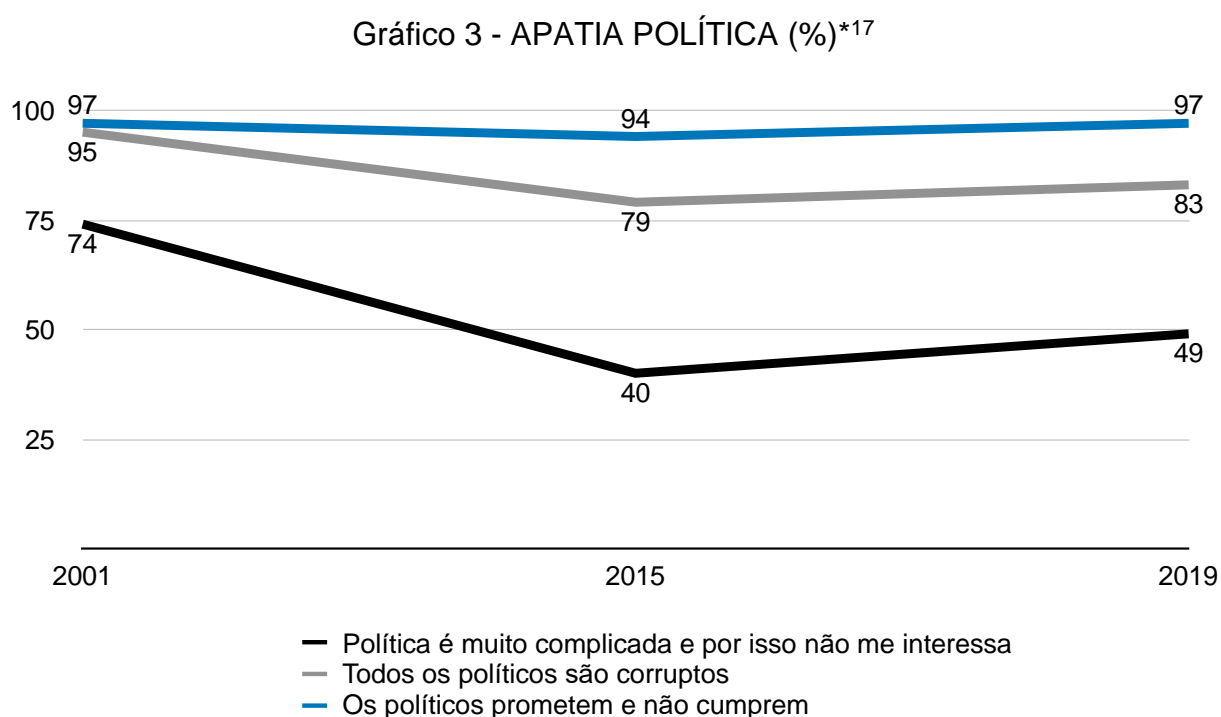
Gráfico 2 - INTERESSE POR POLÍTICA (%)¹⁶



n 2001= 320; n 2015= 378; n 2019= 628
 Fonte: Nupesal, 2001, 2015, 2019.

¹⁶ Questão do survey 2001: Falando um pouco sobre política, gostaríamos de saber se você: Questão do survey 2015/2019: Você se interessa por política?

Entre 2001 e 2015, houve uma redução no grau de apatia política dos jovens porto-alegrenses, seguido de uma manutenção nas taxas de 2015 e 2019. Apesar do registro de queda, a maioria dos estudantes continua a apresentar altas taxas de apatia política – principalmente quando a questão aborda agentes e partidos políticos. A única exceção é a afirmação de que política é muito complicada e por isso não interessa às pessoas. Esse efeito pode ser causado pela integração dos novos meios de comunicação à juventude.

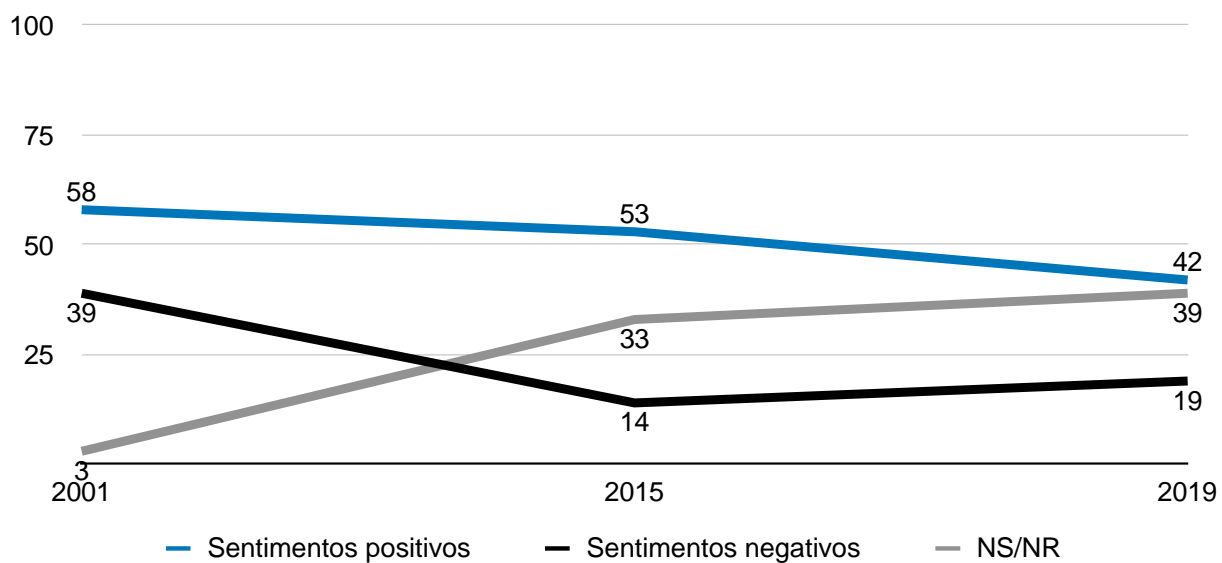


* Soma de concordo e concordo em parte.
 n 2001= 320; n 2015= 378; n 2019= 628
 Fonte: Nupesal, 2001, 2015, 2019.

Até aqui, os níveis de interesse a apatia política demonstram ser valores reproduzidos pela geração mais nova em relação à anterior, com a única exceção de que a política deixou de ser vista pela maioria como algo complicado.

Ainda na dimensão afetiva, os estudantes que indicam ver o futuro como melhor ao presente progressivamente regridem. A baixa expectativa de melhoras no futuro pode ser um indicador de descontentamento com o sistema político (MOISÉS, 2008).

¹⁷ Questão do survey 2001: Qual a sua opinião sobre a seguinte afirmação:
 Questão do survey 2015/2019: Atualmente se fala muito do que está acontecendo no país. Qual a sua opinião sobre as seguintes afirmações:

Gráfico 4 - COMO VÊ O FUTURO (%)¹⁸

n 2001= 290; n 2015= 378; n 2019= 628

Fonte: Nupesal, 2001, 2015, 2019.

Com o já identificado baixo nível de interesse, alto grau de apatia política e decrescentes sentimentos positivos em relação ao futuro, é importante investigar quais são os sentimentos que os jovens apresentam em relação ao sistema democrático.

¹⁸ Questão do survey 2001: Quanto ao seu futuro você o vê com:

Questão do survey 2015/2019: Você acha que o seu futuro será melhor que do que o do seus pais?

Tabela 1 - VALORES DEMOCRÁTICOS (%)¹⁹

	2001		2019	
	Democracia é melhor do que qualquer forma de governo	Em algumas circunstâncias, um governo autoritário é melhor do que um governo democrático	Democracia é melhor do que qualquer forma de governo	Em algumas circunstâncias, um governo autoritário é melhor do que um governo democrático
Concordo	48	26	42	8
Discordo	13	48	11	49
NS/NR	39	26	47	43
Total	100	100	100	100

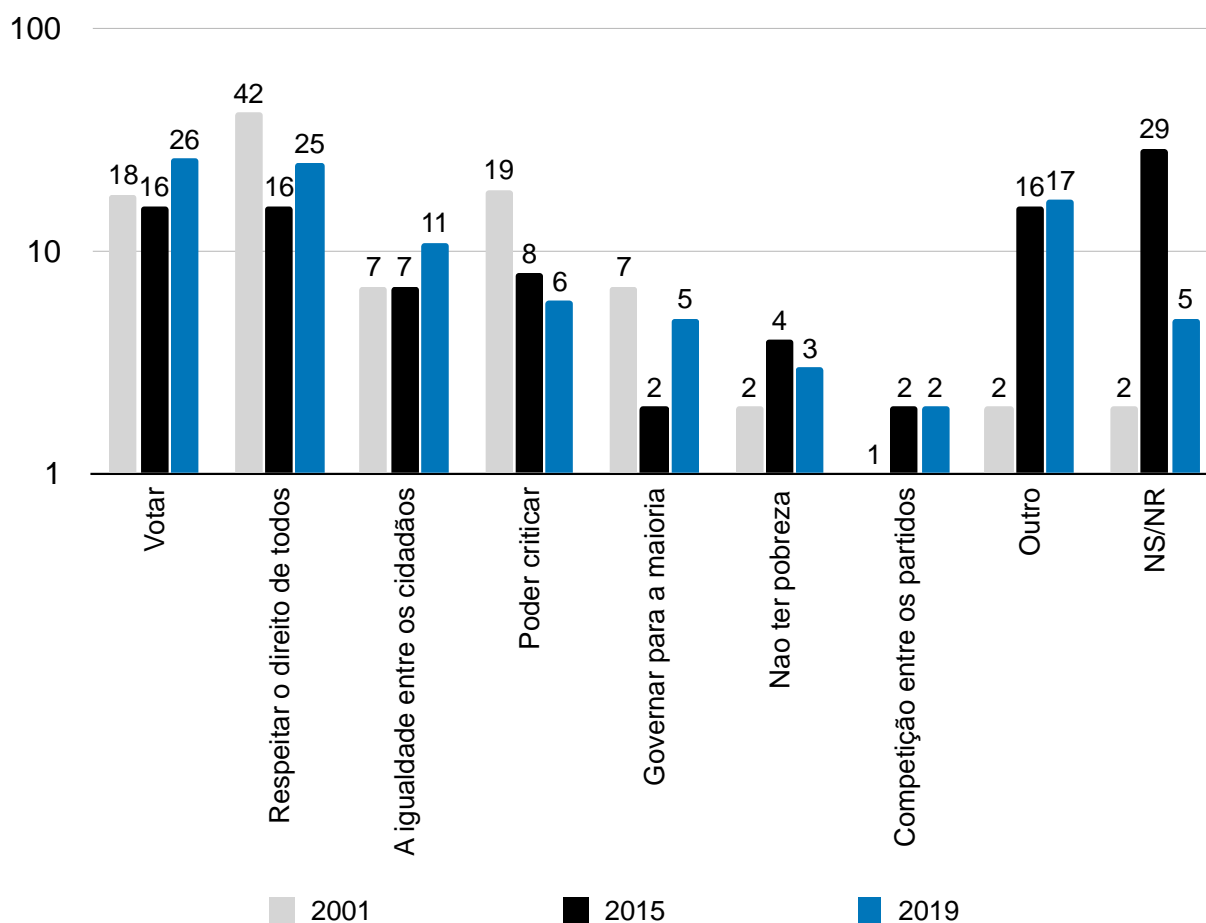
n 2001= 320; n 2019= 628.

Fonte: Nupesal, 2001 e 2019.

Tanto em 2001 quanto em 2019, os jovens que percebem ativamente a democracia como melhor forma de governo não soma 50%. Também não ultrapassam esse valor aqueles que discordam ativamente que em algumas circunstâncias, um governo autoritário é melhor do que um governo democrático. Lopes (2004) aponta que a crença na “democracia como o melhor tipo de regime” é vista como essencial para a manutenção e estabilidade do sistema democrático. O conflito e o desacordo são partes do sistema político, mas faz-se necessária a manutenção de um nível de respeito pelo regime que, se reduzido, pode “ameaçar sua estabilidade e diminuir a aceitação voluntária dos cidadãos para com a política governamental, enquanto o impacto do apoio às autoridades está confinado ao domínio da atividade eleitoral convencional” (LOPES, 2004, p. 163).

Não houve aumento da percepção da democracia como melhor forma de governo na nova geração em relação à anterior. Para verificar se os jovens percebem a democracia principalmente pela atividade eleitoral convencional, foi perguntado qual é a principal característica da democracia.

¹⁹ Questão no survey: Qual é a sua opinião sobre a seguinte afirmação:

Gráfico 5 – PRINCIPAL CARACTERÍSTICA DA DEMOCRACIA (%)²⁰

n 2001= 320; n 2015= 378; n 2019= 628
Escala logarítmica
Fonte: Nupesal, 2001, 2015, 2019.

Nota-se que de 2001 para 2019, “votar” passa a ser a primeira característica apontada para definir a democracia. Assim, parece que a atividade eleitoral é a dimensão mais recorrente para definir democracia.

Nessa seção, a intenção foi analisar a dimensão afetiva dos jovens porto-alegrenses em três momentos distintos para perceber o processo de mudanças e continuidades nos valores políticos da geração de jovens de 2015-2019 em relação àquela de 2001. Em quase vinte anos, o interesse por política manteve-se baixo, a crença na democracia como melhor tipo de regime não superou os 50% e, aliado à

²⁰ Questão do survey 2001: Na sua opinião, democracia significa:
Questão do survey 2015/2019: Quando você pensa em democracia, quais dos itens listados abaixo vêm em sua mente?

essa descrença no sistema político e a caracterização da democracia em sua dimensão eleitoral, está o aumento dos sentimentos negativos em relação ao futuro. Esse conjunto de elementos sugere a reprodução de uma cultura política híbrida (BAQUERO, 2008; SCHMIDT, 2001). Em seguida, será analisada as mudanças e continuidades da participação política e social entre as duas gerações de jovens, procurando indícios de que a inserção das mídias digitais causou um aumento ou decréscimo na participação política da geração do final dos anos 2010 em relação àquela do início do século.

3.1.2. Participação política

De acordo com Borba (2012), até a década de 1960 o conceito de participação política estava vinculado às atividades eleitorais, exercício episódico em que cidadãos privados procuram influenciar a seleção de governantes e de suas ações (VERBA; NIE, 1978), e influenciar na tomada de decisão do governo (HUNTINGTON; NELSON, 1976). Esse enfoque tem apenas o governo como o destinatário do ato político, e o jogo eleitoral como a forma mais eficaz de participação.

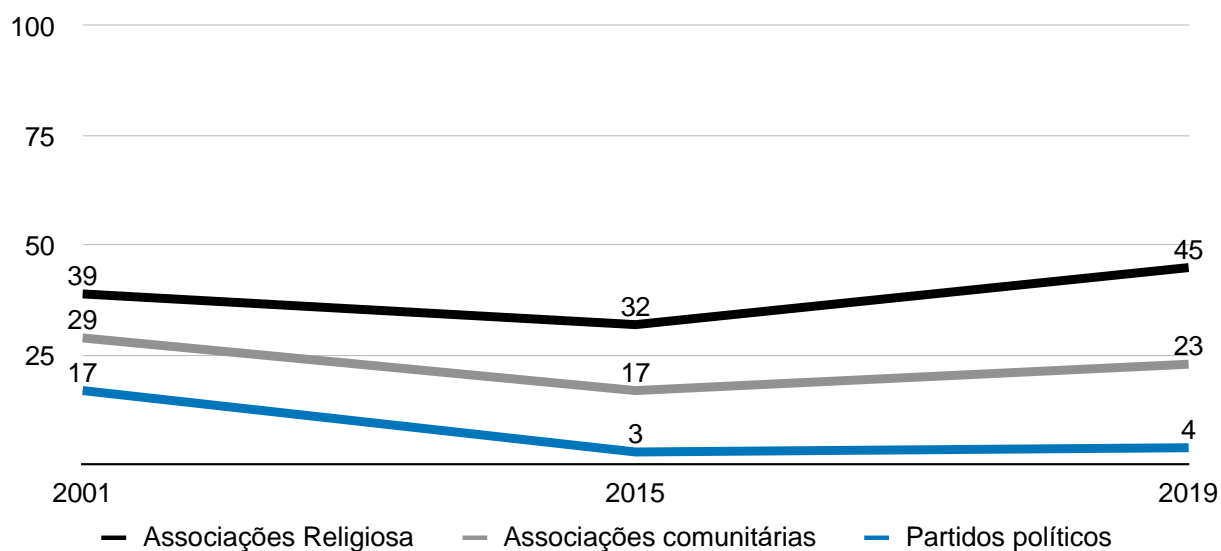
Para Milbrath ([1965] 1977), a participação política ocorre em um caminho unidirecional de complexificação, iniciando em votar e participar de discussões políticas, passando por dedicar-se a uma campanha e filiar-se a um partido, até candidatar-se e ocupar um cargo público. Pizzorno (1966) é o primeiro a apontar a participação política em duas esferas, a “ação inserida no sistema estatal” e a “ação extraestatal”. Verba e Nie (1978) já propõem quatro modalidades de participação, sendo elas as atividades de campanha, voto, atividade comunitária, contato social e o contato profissionalizado. A participação não-convencional e não-endereçadas ao governo como modalidades de participação são inseridas, com o "voluntarismo cívico" (VERBA; SCHLOZMAN; BRADY, 1995), em que a participação política é “mediada pela relação entre custos e recursos, sendo a participação resultante das motivações e das capacidades dos indivíduos para participar, as quais são mediadas pelas ‘redes de recrutamento’” (BORBA, 2012, p. 272).

A capacidade de encarar os custos da participação é, portanto, fator determinante na decisão de participar politicamente ou não, sendo que se os recursos são alcançados com menos custos, maior é a possibilidade de participação. “For

members of the public with little time, money or cognitive or organisational resources, the costs of participating are too high and they choose not to participate. Thus, the impact of costs on participation is conditioned by the level of resources available” (ANDUIZA et al., 2009).

A novidade no cenário de custos e recursos são as mídias digitais, que como recurso amplamente difundido, pode diminuir os custos e aumentar a participação política especialmente naqueles grupos que mais a utilizam, como as novas gerações.

Gráfico 6 - PARTICIPAÇÃO POLÍTICO-SOCIAL (%)*²¹



* Soma de participo e já participei.
n 2001= 320; n 2015= 378; n 2019= 628
Fonte: Nupesal, 2001, 2015, 2019.

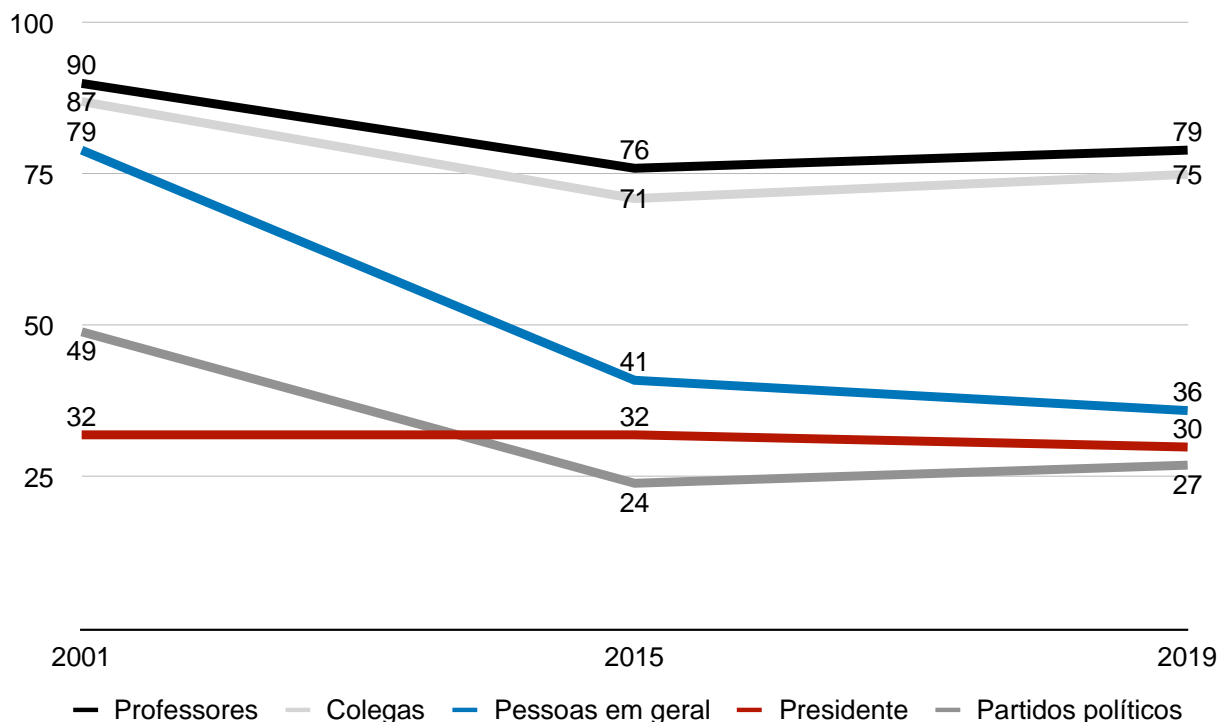
A participação em associações políticas, comunitárias e religiosas direcionam para o tipo de socialização que os jovens estão engajados, política e socialmente. Em todo o período, a participação em associações religiosas é a única em níveis relativamente altos que apresenta crescimento. A participação em partidos políticos decresce significativamente de 2001 para 2015 e 2019. A integração dos meios digitais, apesar de ter reduzido os custos da participação política, acompanha jovens menos participativos – pelo menos no modo de participação concebido tradicionalmente – agora do que eram no início do século.

²¹ Questão no survey: Você costuma participar de:

Apesar de apontar a atividade eleitoral convencional como principal característica da democracia, a participação em partidos políticos registrou queda à níveis inferiores a 5%. Isso pode ser reflexo da baixa confiança dos jovens com as pessoas de seu entorno e os atores políticos. Para verificar esse fator, será analisado o nível de confiança interpessoal e institucional.

3.1.3. Confiança

A atribuição da variável de confiança interpessoal e institucional como importante no enraizamento de valores democráticos e fortalecimento desse sistema é trabalhada por Inglehart (1988), para quem a estabilidade democrática tem relação direta com a confiança interpessoal, e Putnam (1996), para quem o capital social e a confiança interpessoal são bases para o sucesso democrático. Dalton e Watterberg (2000) mostram que há uma tendência de declínio na confiança e capacidade de mobilização de partidos políticos e no comparecimento em processos eleitorais na Europa e nos Estados Unidos. Para Pharr, Putnam e Dalton (2000), a redução na confiança institucional pode ter impactos no funcionamento da democracia. Norris e Inglehart (2019) ainda versam que o aumento ou manutenção da confiança interpessoal, acompanhada da redução da confiança institucional, pode ser um indicador de aumento de exigências dos cidadãos com o sistema democrático, enquanto Moisés (2011) aponta que, no caso latino-americano, antes de representar um aumento de exigências, essa desconfiança poderia acarretar no fomento de um sentimento de antipolítica, apatia e descontentamento geral com o sistema democrático.

Gráfico 7 - CONFIANÇA INTERPESSOAL E INSTITUCIONAL (%)*²²

* Soma de confio e confio mais ou menos.
n 2001= 320; n 2015= 378; n 2019= 628
Fonte: Nupesal, 2001, 2015, 2019.

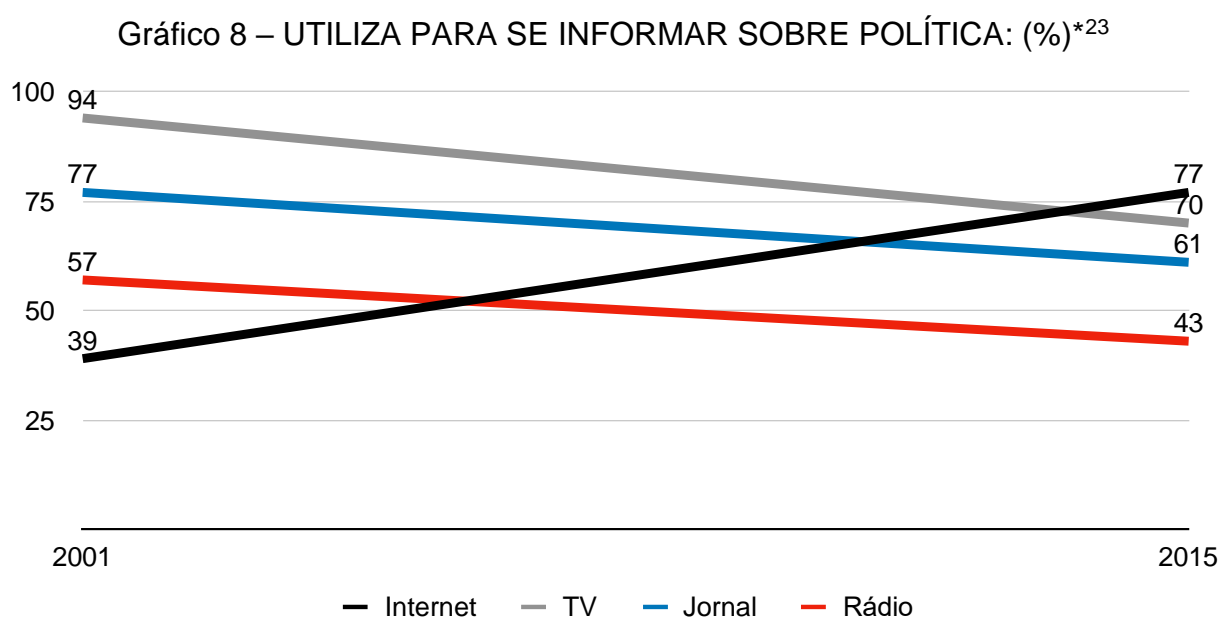
Se a confiança é pré-requisito da participação política (PUTNAM, 1996), ou “quanto mais confiança existe, mais associativa a sociedade, mais politicamente envolvido o cidadão e mais estável a democracia” (RENNÓ, 2001, p. 34), os níveis apresentados pelos jovens porto-alegrenses são preocupantes. De 2001 à 2019, a confiança em todas os atores registram queda.

Até aqui, propôs-se analisar a dinâmica de valores em relação à dimensão afetiva, participação política, níveis de confiança interpessoal e institucional na juventude porto-alegrense ao longo de quase vinte anos. É possível perceber que os valores dominantes em 2001 permanecem em 2019, mesmo com o surgimento das mídias digitais. O próximo item procura identificar o nível de integração das mídias digitais à sociedade e seu uso político entre a juventude.

²² Questão no survey: Em relação às instituições e pessoas que estão listadas abaixo, você confia nelas?

3.1.4. Meios de comunicação

Os meios de comunicação usados pelos jovens para obter informações políticas apresenta mudanças nesses 20 anos. O uso de todas as mídias tradicionais decresce, enquanto o uso da internet para fins de informação política saltou 13 anos, tornando-se a mais importante.



* Soma de sempre e às vezes.
n 2001= 320; n 2015= 378.
Fonte: Nupesal, 2001, 2015, 2019.

A internet não ganhou relevância somente no campo da obtenção e acesso às notícias sociais, políticas e econômicas nos últimos vinte anos, mas desenvolveu-se em uma arena de criação das próprias notícias, das realidades, dos personagens. Desde sua popularização na década de 1980 e 1990, a internet propõe-se a não ser apenas um transmissor de informação, mas o próprio ambiente em que a informação acontece, em que realidade e cultura são criadas, interpretadas, encenadas, reencenadas e reinterpretadas (LÉVY, 1999; 2003).

Finalizada a análise diacrônica, os dados indicam que a geração de jovens nos anos de 2015 e 2019 pouco difere daquela do início do século, reproduzindo uma cultura política híbrida de apoio à democracia acompanhada de baixos níveis de

²³ Questão do survey 2001: Quando você quer se informar sobre política, você costuma utilizar:
Questão do survey 2015: Quando você quer saber mais sobre assuntos políticos, com que frequência você se informa pelos canais listados abaixo?

interesse, participação política e social, confiança interpessoal e institucional. As diferenças geracionais percebidas foram que política deixou de ser vista pela maioria dos jovens como algo complicado, a partir do uso predominante da internet na hora de obter informações políticas.

O próximo tópico pretende a categorizar e classificar a socialização política em socialização tradicional e socialização digital, a fim de identificar o impacto desse novo tipo de socialização nos valores políticos dos jovens.

3.2. Caracterização do perfil de jovens por agente de socialização política

O survey de 2015 trouxe o tema da socialização política com a questão "Na hora de formar uma opinião sobre assuntos políticos, quais das instituições abaixo você considera a mais importante?". Desde então, é possível apontar a internet como agente de alta relevância nesse aspecto, ao registrar a segunda maior taxa de importância como agente de socialização política dos jovens porto-alegrenses, atrás apenas da família e quase no mesmo nível que a escola. Em 2019, a opção "internet" recebe ainda mais consolidação com crescimento de 8%, mantendo a segunda posição. "Escola" e "Família" registraram alta de 6% e 4%, respectivamente.

Tabela 2 - AGENTES DE SOCIALIZAÇÃO POLÍTICA (%)²⁴

	2015	2019
Família	31	36
Igreja	2	2
Escola	10	16
Amizades	4	3
Televisão	8	9
Rádio	0	1
Jornais e Revistas	6	6
Internet	16	24
NS/NR	23	3
Total	100	100

n 2015= 378; n 2019= 628.

Fonte: Nupesal, 2015 e 2019.

²⁴ Questão no survey: Na hora de formar uma opinião sobre assuntos políticos, qual das instituições abaixo você considera mais importante?

Para fins de operacionalização, as categorias dessa variável foram reunidas em dos grupos – o primeiro, composto por agentes e formas tradicionais de socialização política, isto é, de instituições tradicionais como família, escola e igreja, e de meios de comunicação associados a mídia tradicional, como a televisão, jornais e rádio. A este grupo se convencionou aqui denominar “Socialização Tradicional”. O segundo grupo, portanto, é composto pelas formas ascendentes de socialização, que, mesmo ao tratar de meios de comunicação cuja existência não é exatamente recente, tem como novidade seu uso na socialização política de jovens (MORAIS, 2017). Trata-se, portanto, dos respondentes da categoria “Internet”, e que aqui se convencionou denominar “Socialização Digital”. Essas duas categorias contrapõem-se entre si na forma e no conteúdo da socialização propiciada dentro das possibilidades físicas, institucionais, legais, morais e culturas que circunscrevem cada realidade dos agentes.

Dessa forma, Socialização Tradicional e Socialização Digital são assim representados em 2015 e 2019.

Tabela 3 – TIPO DE SOCIALIZAÇÃO POLÍTICA (%)

	2015	2019
Socialização Tradicional	61	73
Socialização Digital	16	24
NS/NR	23	3
Total	100	100

n 2015= 378; n 2019= 628.

Fonte: Nuposal, 2015 e 2019.

Delimitados os grupos por tipo de socialização política, pretende-se agora compreender os impactos da diferença entre os agentes de socialização e a dimensão afetiva, participação política, confiança interpessoal, institucional e o uso político das redes sociais dos jovens. Antes disso, serão contextualizadas as diferenças socioeconômicas entre os dois grupos.

3.2.1. Fatores socioeconômicos

A primeira informação necessária para compreender a composição desses dois grupos é o acesso a internet que, por si, pode ser um filtro para a socialização por agentes digitais.

Tabela 4 - ACESSO À INTERNET NA CASA (%)²⁵

	2015		2019	
	Socialização Tradicional	Socialização Digital	Socialização Tradicional	Socialização Digital
Com acesso	89	90	92	95
Sem acesso	7	3	5	2
NS/NR	4	7	3	3
Total	100	100	100	100

n 2015= 320 / q= >0,05; n 2019= 628 / q= > 0,05 (q-valor<0,05, há associação estatisticamente significativa entre as variáveis).

Fonte: Nuposal, 2001 e 2019.

O acesso à internet no domicílio é unanimidade em ambos os grupos, não sendo, portanto, a limitação material do acesso às redes um fator relevante no tipo de socialização política dos jovens.

É possível perceber que a questão de gênero está presente na composição dos dois grupos, uma vez que jovens do sexo masculino são mais socializados por agentes digitais do que do sexo feminino.

²⁵ Questão do survey: Você tem acesso à internet em casa?

Tabela 5 - GÊNERO POR AGENTE DE SOCIALIZAÇÃO (%)

	2015		2019	
	Socialização Tradicional	Socialização Digital	Socialização Tradicional	Socialização Digital
Masculino	53	59	44	53
Feminino	47	41	56	47
Total	100	100	100	100

n 2015= 289 / q 2015= >0,05; n 2019= 599 / q 2019= 0,05 (q-valor<0,05, há associação estatisticamente significativa entre as variáveis).

Fonte: Nuposal, 2015, 2019.

Os dados de 2019 sobre religiosidade apontam que os jovens socializados por agentes digitais são menos religiosos que os socializados por agentes tradicionais, uma vez que a quantidade de ateus, agnósticos ou não religiosos alcança 47%, enquanto na categoria “Socialização Tradicional” essa parcela represente 25%.

Tabela 6 - RELIGIOSIDADE (%)²⁶

	Socialização Tradicional	Socialização Digital
Católica	17	14
Evangélica	11	7
Cristã	11	4
Umbanda	9	3
Outros	7	9
Ateia-agnóstica	6	13
Não religiosa	19	34
Nulo	20	16
Total	100	100

n= 606 / q= 0,000 (q-valor<0,05, há associação estatisticamente significativa entre as variáveis).

Fonte: Nuposal, 2019.

Quanto às questões socioeconômicas, os dados mais relevantes são que os meninos compõem a maior parte dos jovens socializados politicamente por meio de agentes digitais, e que esse grupo é menos religioso do que aqueles socializados por

²⁶ Questão do survey: Qual a sua religião?

agentes tradicionais. Também que na juventude porto-alegrense, mais de 95% tem acesso à internet em casa. Isso significa que, independente do contexto econômico das famílias, fica pouco evidente a existência de uma “barreira digital”²⁷. Compreendendo essas características, o próximo item almeja compreender o efeito da socialização digital nos valores da dimensão afetiva.

3.2.2. Dimensão afetiva

Anteriormente fora apresentado o interesse por política dos jovens porto-alegrenses. Ao esmiuçar essa variável, nota-se que, tanto em 2015 quanto em 2019, os jovens socializados por agentes digitais dizem ter mais interesse por política do que aqueles socializados de maneira tradicional, como verificado na proeminência da categoria “muito interesse”. Jovens socializados por mídias digitais indicam ser mais interessados por política.

Tabela 7 - INTERESSE POR POLÍTICA (%)

	2015		2019	
	Socialização Tradicional	Socialização Digital	Socialização Tradicional	Socialização Digital
Muito	16	35	15	26
Pouco	58	52	57	57
Nenhum	26	13	28	17
Total	100	100	100	100

n 2015= 284 / q= 0,001; n 2019= 593 / q= 0,000 (q-valor<0,05, há associação estatisticamente significativa entre as variáveis).

Fonte: Nuposal, 2015, 2019.

O interesse por política faz parte da eficácia política, que Easton e Dennis (1967) definem como

sentimento que a ação política individual tem, ou pode ter, um impacto sobre o processo político, ou seja, que vale a pena exercer seus deveres de cidadão. É o sentimento que mudanças sociais e políticas são possíveis, e que o cidadão individual pode exercer uma parte em fazer essa mudança acontecer. (DENNIS, 1967, p. 28)

²⁷ “Diferenças de acesso às tecnologias e mídias digitais, bem como à cultura desenvolvida nesses ambientes, vinculadas a problemas sociais e econômicos” (MARTINO, 2014, p. 11).

Identificada a influência da socialização política no nível de interesse por política, interessa analisar se os indicadores de apatia reproduzem esse padrão, mostrando-se menores nos jovens socializados por agentes digitais. Apatia política também tem relação à eficácia política, ou a autopercepção do indivíduo como agente de ação nas decisões políticas (BAQUERO, 1998; 2001; 2008) e ao “empoderamento”, uma vez que “atualmente está claro que as pessoas que não têm poder (empowerment) submetem-se facilmente a discursos populistas ou simplesmente caem em uma passividade permanente” (BAQUERO, 2003, p. 87).

Tabela 8 - APATIA POLÍTICA (%)*

	2015		2019	
	Socialização Tradicional	Socialização Digital	Socialização Tradicional	Socialização Digital
Não gosto de discussões ou assuntos políticos, porque ninguém se entende e prefiro não me incomodar ¹	59	42	75	61
Pessoas como as de minha família não têm nenhuma influência nas ações do governo ²	69	68	75	69
Não adianta participar da política, pois nunca muda nada ³	59	44	63	47
Todos os políticos são corruptos ⁴	81	61	84	78
Os políticos prometem, depois não cumprem ⁵	93	94	98	93
Assuntos políticos são muito complicados pra mim, por isso não me interessam ⁶	41	23	53	35

* Soma das alternativas concorda e concorda em parte.

n 2015= 291; n 2019= 606.

q¹ 2015= 0,013; q¹ 2019= 0,002; q² 2015= >0,05; q² 2019= >0,05; q³ 2015= >0,05; q³ 2019= 0,002; q⁴ 2015= 0,002; q⁴ 2019= >0,05; q⁵ 2015= >0,05; q⁵ 2019= 0,005; q⁶ 2015= 0,013; q⁶ 2019= 0,000; (q-valor <0,05, há associação estatisticamente significativa entre as variáveis).

Fonte: Nupesal, 2015, 2019.

Percebe-se que há a influência do agente socializador na proporção de concordância com questões de afastamento ou negação à política. Entre os jovens socializados digitalmente, a taxa de concordância com a afirmação “não gosto de

discussões ou assuntos políticos, porque ninguém se entende e prefiro não me incomodar” é cerca de 15% menor do que a verificada entre os socializados tradicionalmente. O mesmo é verificado em “não adianta participar da política, pois nunca muda nada” e “assuntos políticos são muito complicados pra mim, por isso não me interessam”.

As maiores taxas de apatia política, reproduzidas por ambos os grupos, estão naquelas variáveis voltadas aos atores políticos, como em “todos os políticos são corruptos” e “os políticos prometem, depois não cumprem” – essa última com concordância na casa de 98% entre os jovens socializados de forma tradicional. Os jovens em geral apresentam descrédito com os atores políticos, mas os socializados digitalmente apresentam menores taxas de valores que poderiam indicar uma falta de participação cidadã e empoderamento.

Até aqui, os jovens socializados politicamente por agentes digitais parecem ser mais interessados e menos apáticos politicamente. Convém, então, analisar com quem esses jovens estão dispostos a conversar sobre assuntos políticos.

Tabela 9 - CONVERSA SOBRE POLÍTICA COM OUTRAS PESSOAS (%)*

	2015		2019	
	Socialização Tradicional	Socialização Digital	Socialização Tradicional	Socialização Digital
Pais ¹	60	66	52	51
Familiares ²	41	39	37	37
Amigos ³	44	67	49	67
Contatos de redes ⁴	16	26	27	34
Colegas de escola ⁵	38	66	44	58
Professores ⁶	51	54	47	43

* Soma das alternativas conversa e conversa pouco.

n 2015= 291; n 2019= 593.

q¹ 2015= >0,05; q¹ 2019= >0,05; q² 2015= >0,05; q² 2019= >0,05; q³ 2015= 0,003; q³ 2019= 0,000; q⁴ 2015= >0,05; q⁴ 2019= >0,05; q⁵ 2015= >0,05; q⁵ 2019= >0,05; q⁶ 2015= >0,05; q⁶ 2019= >0,05; (q-valor <0,05, há associação estatisticamente significativa entre as variáveis).

Fonte: Nupesal, 2015, 2019.

Enquanto não há uma variação aguda entre os dois grupos na hora de conversar sobre política com adultos, como pais, familiares e professores, há

variações significativas e positivas com a frequência de conversa sobre política com outros jovens no grupo em que os agentes socializadores são digitais. Esse dado é evidente na indicação de conversa com contatos de redes sociais e colegas de escola. Assim sendo, além daqueles inseridos na socialização digital conversarem mais sobre política em geral, essa conversa se dá com pessoas da mesma faixa etária com mais frequência do que o verificado nos jovens socializados de forma tradicional, indicando a ocorrência de uma “autosocialização” entre os jovens (MORAIS, 2017).

Uma forma de verificar essa autosocialização é identificando com quem os jovens dos dois grupos conversam sobre as postagens políticas que se deparam nas redes sociais.

Tabela 10 - CONVERSA SOBRE AS POSTAGENS DE POLÍTICA QUE VÊ NAS REDES SOCIAIS COM: (%)^{*28}

	2015		2019	
	Socialização Tradicional	Socialização Digital	Socialização Tradicional	Socialização Digital
Seus pais ¹	66	76	71	66
Familiares ²	51	55	57	55
Amigos ³	56	81	67	78
Colegas de escola ⁴	49	61	54	65
Contatos redes sociais ⁵	31	40	35	43
Professores ⁶	49	53	49	48

* Soma das alternativas sempre e às vezes.

n 2015= 291; n 2019= 596.

q¹ 2015= >0,05; q¹ 2019= >0,05; q² 2015= >0,05; q² 2019= >0,05; q³ 2015= 0,002; q³2019= 0,022; q⁴ 2015= >0,05; q⁴ 2019= 0,042; q⁵ 2015= >0,05; q⁵ 2019= >0,05; q⁶ 2015= >0,05; q⁶ 2019= >0,05. (q-valor <0,05, há associação estatisticamente significativa entre as variáveis).

Fonte: Nupesal, 2015, 2019.

Assim como na tabela 9, a tabela 10 demonstra que os jovens socializados por agentes digitais conversam mais sobre postagens políticas que consomem na internet do que aqueles socializados tradicionalmente, assim como conversa mais com pessoas da sua idade, como amigos e colegas de escola.

²⁸ Questão do survey: Você conversa com alguém sobre as postagens de política que vê nas redes sociais?

Quanto à parte da dimensão afetiva, que verifica os apoios diretos e difusos ao sistema democrático, quando perguntados se em algumas circunstâncias um governo autoritário é melhor do que um governo democrático, dois terços dos jovens socializados digitalmente discordaram, enquanto esse valor foi 22% menor entre a socialização tradicional. Além de concordar mais com a identificação do sistema democrático como melhor forma de governo, a socialização digital demonstra maior resistência às alternativas não-democráticas.

Tabela 11 – VALORES DEMOCRÁTICOS OU AUTORITÁRIOS (%)

	Socialização Tradicional		Socialização Digital	
	Democracia é melhor do que qualquer forma de governo ¹	Em algumas circunstâncias, um governo autoritário é melhor do que um governo democrático ²	Democracia é melhor do que qualquer forma de governo ¹	Em algumas circunstâncias, um governo autoritário é melhor do que um governo democrático ²
Concordo	40	8	50	8
Concordo em parte	44	43	37	24
Discordo	11	44	11	66
NS/NR	5	5	2	2
Total	100	100	100	100

n Socialização Tradicional= 458; n Socialização Digital= 148.

q¹= 0,05; q²= 0,000 (q-valor <0,05, há associação estatisticamente significativa entre as variáveis).

Fonte: Nupesal, 2019.

Identificadas as relações entre agente de socialização política e valores relacionados à dimensão afetiva, a próxima seção pretende apontar o nível de participação social e política dos jovens.

3.2.3. Participação

A popularização das mídias digitais e a inserção do campo político no ciberespaço causou mudanças no custo da participação política, além de incrementar o espectro de atividades políticas (ANDUIZA et al., 2009). A questão plausível de ser feita é se essas mudanças produzem um efeito positivo, negativo ou híbrido na participação política dos jovens – se contribui para a construção de uma sociedade mais participativa (NEGROPONTE, 1996), mais atomizada e individualizada

(NOVECK, 2000; DAVIS, 1999) ou se não tem força para impactar nos níveis de participação (SCHEUFELE; NISBET, 2002). Também é possível questionar se os jovens socializados por agentes digitais participam mais ou menos de atividades, partidos e eleições do que aqueles socializados de forma tradicional, ou, por outro lado, se a participação fora das mídias digitais permanece inalterada entre os dois grupos.

Tabela 12 - VOCÊ COSTUMA PARTICIPAR OU JÁ PARTICIPOU DE: (%)*

	2015		2019	
	Socialização Tradicional	Socialização Digital	Socialização Tradicional	Socialização Digital
Partidos Políticos ¹	4	2	5	3
Associações Comunitárias ²	18	21	24	19
Atividades Religiosas ³	30	36	51	32
Atividades no seu bairro ⁴	28	24	44	41

* Soma das alternativas participa e já participei.

n 2015= 291; n 2019= 596.

q¹ 2015= >0,05; q¹ 2019= >0,05; q² 2015= >0,05; q² 2019= >0,05; q³ 2015= >0,05; q³ 2019= 0,000; q⁴ 2015= 0,024; q⁴ 2019= >0,05; (q-valor <0,05, há associação estatisticamente significativa entre as variáveis).

Fonte: Nupesal, 2015, 2019.

A participação em meios políticos, como partidos, é muito baixa entre os jovens em geral, assim como a participação em associações comunitárias. A forma de participação social mais usual entre os jovens socializados por agentes digitais é àquelas que ocorrem no âmbito local, enquanto a congregação religiosa é a mais frequente entre os socializados de forma tradicional. A socialização política por meio de agentes digitais não parece resultar em maior participação política ou social.

Os baixos níveis de participação dos jovens podem ser reflexo dos valores de confiança interpessoal e institucional, que serão detalhados no item a seguir.

3.2.4. Confiança

Tabela 13 - CONFIANÇA INTERPESSOAL E INSTITUCIONAL (%)*

	2015		2019	
	Socialização Tradicional	Socialização Digital	Socialização Tradicional	Socialização Digital
Pessoas em geral ¹	42	44	37	35
Pais ²	92	97	97	98
Colegas de aula ³	71	76	75	79
Amigos ⁴	85	94	93	94
Professores ⁵	76	81	81	74
Igrejas ⁶	54	39	60	34
Partidos Políticos ⁷	23	31	27	26
Presidente ⁸	32	37	30	32
Polícia ⁹	59	68	70	68
Forças Armadas ¹⁰	68	71	75	66
Escola ¹¹	80	79	85	86
Movimentos estudantis ¹²	73	77	73	70
Associações Comunitárias ¹³	64	68	71	67
TV ¹⁴	40	42	49	44
Jornais ¹⁵	63	53	60	55
Rádios ¹⁶	56	58	61	55
Internet ¹⁷	62	82	56	74

* Soma das alternativas confio e confio em parte.

n 2015= 291; n 2019= 596.

q¹ 2015= >0,05; q¹ 2019= >0,05; q² 2015= >0,05; q² 2019= >0,05; q³ 2015= >0,05; q³ 2019= >0,05; q⁴ 2015= >0,05; q⁴ 2019= >0,05; q⁵ 2015= >0,05; q⁵ 2019= >0,05; q⁶ 2015= 0,011; q⁶ 2019= 0,000; q⁷ 2015= >0,05; q⁷ 2019= >0,05; q⁸ 2015= >0,05; q⁸ 2019= >0,05; q⁹ 2015= >0,05; q⁹ 2019= >0,05; q¹⁰ 2015= 0,05; q¹⁰ 2019= 0,037; q¹¹ 2015= 0,041; q¹¹ 2019= >0,05; q¹² 2015= >0,05; q¹² 2019= >0,05; q¹³ 2015= >0,05; q¹³ 2019= >0,05; q¹⁴ 2015= >0,05; q¹⁴ 2019= >0,05; q¹⁵ 2015= >0,05; q¹⁵ 2019= >0,05; q¹⁶ 2015= 0,017; q¹⁶ 2019= >0,05; q¹⁷ 2015= 0,008; q¹⁷ 2019= >0,000. (q-valor <0,05, há associação estatisticamente significativa entre as variáveis).

Fonte: Nupesal, 2015, 2019.

Há diferença de valores entre os jovens socializados de forma tradicional ou digital. Os jovens socializados por agentes tradicionais confiam mais nas instituições religiosas e nas Forças Armadas – que pode ser um indício da herança do

autoritarismo da cultura política brasileira (SCHMIDT, 2000) – do que aqueles socializados por agentes digitais.

Assim como verificado na participação, os níveis de confiança interpessoal e institucional não apresentam aumento entre os jovens socializados por mídias digitais, indicando que esse indicador parece estar relacionado com a transmissão intergeracional de valores (MOISÉS, 2008; 2010; BAQUERO, 2013), e não com a integração das mídias digitais à juventude.

Quando verificada a confiança nos diferentes meios de comunicação, chama a atenção o aparente descrédito que a televisão parece ter em relação aos outros meios. Nesse aspecto, a distinção mais aguda é a confiança na internet, proeminente entre aqueles da socialização digital como o meio de comunicação que mais confiam.

4. CONCLUSÃO

A cultura política de uma sociedade é mantida, cultivada ou modificada no processo de socialização política, compreendida como “o processo de formação de atitudes políticas nos indivíduos ou, sob o enfoque geracional, o processo de interiorização da cultura política existente em um meio social por parte das novas gerações” (SCHMIDT, 2000, p. 56). Esse processo é mediado por agentes de socialização, nomeadamente a família, a escola, a instituição religiosa e os meios de comunicação. Recentemente, a internet e as mídias digitais passam a ser consideradas como um desses agentes de socialização política (BAQUERO; BAQUERO; MORAIS, 2016).

Considerando a dinâmica do ciberespaço, a integração digital e o tipo de cultura desenvolvida em seu meio, é possível indagar se os jovens socializados politicamente por agentes digitais desenvolvem valores políticos mais ou menos democráticos, maiores ou menores níveis de confiança, interesse ou apatia por política. Nesse sentido, o problema de pesquisa que guiou este trabalho foi: Qual é o impacto das mídias digitais no processo de socialização política em relação a construção de valores políticos pela juventude brasileira?

No que tange o escopo dos objetivos apresentados na introdução desta pesquisa, buscou-se compreender o impacto das mídias digitais como agente de socialização na construção de valores políticos dos jovens brasileiros (objetivo 1) e indicar possíveis recorrências e diferenças em níveis de valores políticos entre as gerações de 2001 e 2015-2019 (objetivo 2), além de contextualizar de que forma os valores de interesse, apatia política, participação e confiança emergem no material coletado (objetivo 3).

Para responder os objetivos 2 e 3, foi promovida uma análise comparativa diacrônica entre os jovens estudantes de escolas públicas do município de Porto Alegre. Essa análise é separada em quatro eixos: a dimensão afetiva, participação política, confiança e a caracterização dos meios de comunicação dominantes em cada período. Os resultados indicam a reprodução intergeracional de uma cultura política híbrida de apoio à democracia acompanhado de baixos níveis de interesse, participação política e social, confiança interpessoal e institucional. Percebe-se como mudança geracional o uso predominante da internet na hora de obter informações

políticas, e que assuntos políticos deixaram de ser vistos pela maioria dos jovens como algo complicado.

A manutenção dos valores predominantes pode estar acompanhada de importantes variações de acordo com o tipo de socialização política desses indivíduos. Para responder o objetivo 1, os jovens são caracterizados de acordo com o tipo de socialização política para verificar se a socialização digital impacta nos níveis da dimensão afetiva, participação política, confiança interpessoal e institucional, para testar a hipótese geral inferida nesse trabalho de que jovens socializados politicamente por mídias digitais são menos apáticos, mais interessados e participativos em comparação àqueles socializados por agentes tradicionais de socialização política.

Quanto à caracterização dos dois grupos, destaca-se que ambos possuem amplo acesso à internet em suas casas, não percebendo a existência de uma “barreira digital”. A maior parte dos jovens socializados politicamente por meio de agentes digitais são do sexo masculino e menos religiosos do que aqueles socializados por agentes tradicionais.

No que se refere à dimensão afetiva, o descrédito em relação aos atores políticos é geral na juventude, mas em menor valor entre os jovens socializados por mídias digitais, que apontam maiores níveis de interesse por política, concordância com a identificação do sistema democrático como melhor forma de governo, e maior resistência às alternativas não-democráticas. Esse grupo parece ser mais interessado e menos apático politicamente, mais disposto a conversar sobre política e sobre as postagens políticas que encontra nas redes sociais – em especial com pessoas da sua idade, como amigos e colegas de escola, reforçando a presença de um processo de auto-socialização entre a juventude que utiliza as mídias digitais (MORAIS, 2017).

A discussão apresentada sobre participação política é que a popularização das mídias digitais e a inserção do campo político no ciberespaço podem ter reduzido o custo da participação, com potencial de resultar em um efeito positivo, negativo ou híbrido dessa dimensão nos jovens, entretanto, a socialização por meio de agentes digitais não parece resultar em maior participação política ou social. O que acontece é uma menor participação nos moldes formais, o que pode implicar na constituição de uma cultura política não participativa (BAQUERO, 2013; MOISÉS, 2010).

A baixa participação pode ser reflexo do baixo índice de confiança interpessoal e institucional. Assim como verificado na participação, jovens socializados por mídias digitais não apresentam acréscimo nos níveis de confiança. Essa constatação reforça a concepção de que esse fator está mais relacionado com processo de transmissão de valores intergeracionais (EASTON, 1965; MOISÉS, 2010; BAQUERO, 2013) do que com a integração das mídias digitais. A juventude brasileira, assim como as outras gerações da sociedade, apresenta 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). Quanto à confiança nos diferentes meios de comunicação, destaca-se o descrédito da televisão e a confiança na internet, proeminente entre aqueles da socialização digital como o meio de comunicação que mais confiam.

Dessa maneira, a hipótese apresentada na introdução de que jovens socializados politicamente por mídias digitais são menos apáticos, mais interessados e participativos na política em comparação àqueles socializados por agentes tradicionais de socialização política é parcialmente confirmada. Comparado ao grupo de jovens socializados tradicionalmente, aqueles socializados por mídias digitais aparentam ser mais interessados por política, sem percebê-la como algo difícil ou complicado. Percebem sua eficácia política, ou seja, a potencial influência de suas ações no sistema político e conversam mais sobre o assunto com outras pessoas – majoritariamente outros jovens. Em contrapartida, esse grupo é menos participativo e mais desconfiado, tanto interpessoal como institucionalmente.

Assim, essa pesquisa concorda 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” (MORAIS, 2017, p. 230). Isso posto, conclui-se que o impacto das mídias digitais como agentes de socialização política é limitado pela reprodução intergeracional do padrão de valores pré-existentes, associados a uma democracia inercial, que atravança a consolidação de uma democracia participativa no país, como já afirmava Baquero (2013).

Este trabalho contribui para os estudos de cultura política e socialização política, por trazer dados e análises que colaboram com o entendimento dos impactos das mídias digitais na vida dos jovens e em sua relação com a política. Sabe-se que

este impacto é relativamente novo, mas que precisa ser observado com atenção pela ciência política para compreender suas implicações. Uma alternativa para estudos em relação ao impacto das mídias digitais na juventude brasileira é a realização de análises longitudinais que compreendam a dinâmica dos valores democráticos e antidemocráticos, conservadores e liberais, na juventude como um todo, mas com um olhar mais atento à forma com que isso ocorre nas mídias digitais, tanto na atual geração como nas próximas.

REFERÊNCIAS

- ABRAMS, P. **Historical sociology**. Shepton Mallet: Open Books, 1982.
- ADONI, Hanna. The functions of mass media in the political socialization of adolescents. **Communication research**, v. 6, n. 1, p. 84-106, jan. 1979.
- ALMOND, G.; VERBA, S. **The Civic Culture**: Political attitudes and democracy in five nations. Boston: Little, Brown, 1965.
- ALVARADO, Sara Victoria; OSPINA, Héctor Fabio; LUNA, María Teresa; CAMARGO, Marina. Transformación de actitudes frente a la equidad en niños y niñas de sectores de alta conflictividad social, en un proceso de socialización política y educación para la paz. **Rev. latinoam. cienc. soc. niñez juv.**, Manizales, v. 4, n. 1, p. 217-250, jan. 2006.
- ALVES, Tanize Tomasi; SAHR, Cicilian Luiza Löwen. O método comparativo em estudos regionais. **Geoinfó: Revista do Programa de Pós-Graduação em Geografia (PGE/UEM)**, v. 6, n. 2, p. 3-19, 2014.
- ANDUIZA, Eva; CANTIJOCH, Marta; GALLEGO, Aina. Political participation and the Internet: A field essay. **Information, Communication & Society**, v. 12, n. 6, p. 860-878, set. 2009.
- AYRES PINTO, Danielle Jacon; MORAES, Isabela. As mídias digitais como ferramentas de manipulação de processos eleitorais democráticos: uma análise do caso Brexit. **rev. estud. soc.** [online], n.74, pp.71-82, jul. 2020.
- BABBIE, Earl. **Métodos de pesquisa de survey**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999.
- BANKS, Michael H.; ROKER, Debra. The political socialization of youth: Exploring the influence of school experience. **Journal of Adolescence**, v. 17, n. 1, p. 3-15, fev. 1994.
- BAQUERO, Marcello. Construindo uma outra sociedade: o capital social na estruturação de uma cultura política participativa no Brasil. **Rev. Sociol. Polit.**, Curitiba, n. 21, p. 83-108, nov. 2003.
- BAQUERO, Marcello. **Democracia e desigualdades na América Latina**: novas perspectivas. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2007.
- BAQUERO, Marcello. Democracia formal, cultura política informal e capital social no Brasil. **Opinião Pública**, v. 14, n. 2, p. 380-413, nov. 2008.
- BAQUERO, Marcello. **A pesquisa quantitativa nas Ciências Sociais**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.
- BAQUERO, Marcello. **Qual democracia para a América Latina?**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2013.

BAQUERO, Marcello et al. Internet, political socialization, and youth's political culture in the south of Brazil. **Open Access Library Journal**, v. 4, n. 11, p. 1-22, nov. 2017.

BAQUERO, Marcello. Apresentação. In: Marcello Baquero. (Org.). **A Juventude e os desafios da construção democrática no Brasil**. 1ed. Porto Alegre: Escritos, 2018, p. 7-14.

BAQUERO, Marcello; BAQUERO, Rute Vivian Angelo; MORAIS, Jennifer Azambuja de. Socialização política e internet na construção de uma cultura política juvenil no sul do Brasil. **Educação & Sociedade**, v. 37, n. 137, p. 989-1008, out.-dez. 2016.

BAQUERO, Marcello; GONZÁLEZ, Rodrigo Stumpf. Eleições, estabilidade democrática e socialização política no Brasil: análise longitudinal da persistência de valores nas eleições presidenciais de 2002 a 2010. **Opinião pública**, v. 17, n. 2, p. 369-399, nov. 2011.

BAQUERO, Marcello; GONZÁLEZ, Rodrigo Stumpf. Cultura política, mudanças econômicas e democracia inercial. Uma análise pós-eleições de 2014. **Opinião Pública**, v. 22, n. 3, p. 492-523, dez. 2016.

BAQUERO, Marcello; MORAIS, Jennifer. Padrões de comportamento político juvenil com novas tecnologias de mídia: o papel da tv e da internet na construção da cultura política no Brasil. **Tempo da Ciência**, v. 21, n. 42, p. 69-84, jul.-dez. 2014.

BARTOLINI, S. Tempo e Investigación Comparativa. In: SARTORI, G; MORLINO, L. (Org.) *La comparación en las ciencias sociales*. Madrid: Alianza Editorial, 1994. p. 105-150.

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. Petrópolis: Vozes, 2008.

BERNARDI, Ana Julia Bonzanini. **Competência cívica em uma democracia desigual**: analisando o impacto dos investimentos educacionais na cultura política juvenil porto-alegrense entre 2002 e 2015. Orientador: Cesar Marcelo Baquero Jacome. 128f. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.

BICCA, Renato Dutra. **Socialização juvenil, cultura e sub-representação política feminina no Brasil**. Orientador: Rodrigo Stumpf González. 117f. Trabalho de Conclusão de curso (Graduação em Ciências Sociais) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.

BILL, James A.; HARDGRAVE, Robert L. **Comparative politics: the quest for theory**. Princeton: Merrill Publishing Company, 1973.

BORBA, Julian. Participação política: uma revisão dos modelos de classificação. **Sociedade e Estado**, Brasília, v. 27, n. 2, p. 263-288, mai.-ago. 2012.

BOULIANNE, Shelley. Does Internet use affect engagement? A MetaAnalysis of Research, **Political Communication**, v. 26, n. 2, p. 193-211, mai. 2009.

BRIM, O. G. Jr. Socialization through the life cycle. *In*: BRIM, O. G. Jr.; WHEELER, S. **Socialization after childhood**. New York: Wiley, 1966. p. 01-49.

BURITY, Joanildo A. Cultura e cultura política: sobre retornos e retrocessos. **Revista de Ciências Sociais**, v. 33 n. 1, p. 7-31, 2002.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

CASTELLS, M. **Communication Power**. Cambridge, MA: MIT, 2010.

CASTRO, Henrique Carlos de Oliveira de. 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, jan./jun. 2008. Disponível em: <<http://periodicos.unb.br/index.php/repam/article/view/1465/1098>>. Acesso em: 10 dez. 2020.

CASTRO, Henrique Carlos de Oliveira de. Cultura Política, Democracia e Hegemonia na América Latina. **Revista de Estudos e Pesquisas sobre as Américas**, v. 5, n. 2, p. 79-96, ago. 2012.

CHADWICK, Andrew. **Internet politics: States, citizens, and new communication technologies**. New York: Oxford University Press, 2006.

CHADWICK, Andrew. The political information cycle in a hybrid news system: The British prime minister and the “bullygate” affair. **The International Journal of Press/Politics**, v. 16, n. 1, p. 3-29, nov. 2011.

CHAFFEE, Steven H.; WARD, L. Scott; TIPTON, Leonard P. Mass communication and political socialization. **Journalism Quarterly**, v. 47, n. 4, p. 647-666, jan. 1970.

CHANDLER, Daniel; MUNDAY, Rod. **A dictionary of media and communication**. New York: Oxford University Press, 2011.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **Pesquisa Sobre o Uso da Internet no Brasil 2019**. São Paulo: CGI.br, 2019.

CONWAY, M. Margaret et al. The news media in children's political socialization. **Public Opinion Quarterly**, v. 45, n. 2, p. 164-178, jul. 1981.

DAHL, Robert A. **Polyarchy: participation and opposition**. New Haven: Yale University Press, 1971.

DALTON, J. Russell; WATTENBERG, P. Martin. **Political Change in Advanced Industrial Democracies**. New York: Oxford University Press, 2000.

DALTON, Russell J.; WELZEL, Christian (Ed.). **The civic culture transformed: From allegiant to assertive citizens**. Cambridge: Cambridge University Press, 2014.

DAVIS, Richard. **The Web of Politics**: the internet's impact on the american political system. New York: Oxford University Press, 1999.

DAWSON, Richard. E.; PREWITT, Kenneth. **Political socialization**. Little, Brown and Company, Boston: 1969.

DAYRELL, Juarez. A escola "faz" as juventudes? Reflexões em torno da socialização juvenil. **Educação e sociedade**, v. 28, n. 100, p. 1105-1128, out. 2007.

DENTON JR, Robert E.; KUYPERS, Jim A. **Politics and communication in America**: Campaigns, media, and governing in the 21st century. Long Grove: Waveland Press, 2007.

DIAMOND, Larry. Rethinking civil society: Toward democratic consolidation. *Journal of democracy*, Baltimore, v. 5, n. 3, p. 4-17, 1994.

DOWNS, Anthony. Uma teoria econômica da democracia. 1 reimpr. **São Paulo: Editora da Universidade Federal de São Paulo**, 2013.

DUEK, Carolina. Infancia, desarrollo y conocimiento: los niños y niñas y su socialización. **Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, niñez y juventud**, v. 8, n. 2, jul.-dez. 2010.

DURKHEIM, E. **La división del trabajo social**. Madrid: Akal, 1995.

EASTON, David; DENNIS, Jack. The Child's Acquisition of Regime Norms: Political Efficacy. **The American Political Science Review**, v. 61, n. 1, p. 25-38, 1967.

EASTON, David; DENNIS, Jack. **Children in the political system**: origins of political legitimacy. New York: McGraw-Hill, 1969.

EDELMAN, Murray. **Constructing the political spectacle**. Chicago: University of Chicago Press, 1988.

ELIAS, Norbert. **A sociedade dos indivíduos**. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

ELKINS, David J.; SIMEON, Richard E. B. A cause in search of its effect, or what does political culture explain?. **Comparative politics**, New York, v. 11, n. 2, p. 127-145, jan. 1979.

FAORO, Raymundo. **Os Donos do Poder**: Formação do Patronato Político Brasileiro. 2. ed. rev. Porto Alegre, São Paulo: Editora Globo, Editora da Universidade de São Paulo, 1975.

FUKS, Mario. Efeitos diretos, indiretos e tardios: trajetórias da transmissão intergeracional da participação política. **Lua Nova**, São Paulo, n. 83, p. 145-178, 2011.

FUKS, Mario. Atitudes, cognição e participação política: padrões de influência dos ambientes de socialização sobre o perfil político dos jovens. **Opin. Publica**, Campinas, v. 18, n. 1, p. 88-108, jun. 2012.

GOLDENSON, Dennis R. An alternative view about the role of the secondary school in political socialization: A field-experimental study of the development of civil liberties attitudes. **Theory & Research in Social Education**, v. 6, n. 1, p. 44-72, jul. 1978.

GONZÁLEZ, Rodrigo Stumpf. O método comparativo e a ciência política. **Revista de Estudos e Pesquisas sobre as Américas**, [S. l.], v. 2, n. 2, 2008. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/repam/article/view/16160>. Acesso em: 27 dez. 2020.

GONZÁLEZ, Rodrigo Stumpf. Cultura Política, democracia participativa e protagonismo juvenil. In: Marcello Baquero. (Org.). **A Juventude e os desafios da construção democrática no Brasil**. 1ed. Porto Alegre: Escritos, 2018, p. 111-134.

GREER, Jennifer D. Evaluating the Credibility of Online Information: a test of source and advertising influence. **Mass Communication and Society**, v. 6, n. 1, p. 11–28, 2003.

GREENSTEIN, Fred. Political socialization. **International encyclopedia of the social sciences**, New York: Macmillan, 1968.

HESS, Robert D.; TORNEY, Judith V. **The development of political attitudes in children**. Chicago: Aldine Publishing Company, 1967.

HIRSCH, Paul M. Processing fads and fashion. **Annual Journal of Sociology**, v. 77, n. 4, p. 639-659, 1972.

HOSKINS, Bryony; et al. Measuring Civic Competence in Europe: A composite Indicator based on IEA Civic Education Study 1999 for 14 years old in School. **Ispra**: European Comission, 2008.

HUNTINGTON, Samuel P.; NELSON, J. M. **Political Participation in Developing Countries**: No Easy Choice. Cambridge: Harvard University Press, 1976.

HYMAN, Herbert. **Political socialization**: a study in the psychology of political behavior. New York: Free Press, 1959.

INGLEHART, Ronald. The silent revolution in Europe: Intergenerational change in post- industrial societies. **The American political science review**, Washington, D. C., v. 65, n. 4, p. 991-1017, dez. 1971.

INGLEHART, Ronald. The renaissance of political culture. **The American Political Science Review**, Washington D. C., v. 82, n. 4, p. 1203-1230, dez. 1988.

INNIS, Harold A. Industrialism and cultural values. **The American Economic Review**, v. 41, n. 2, p. 201-209, mai. 1951.

JAROS, Dean; HIRSCH, Herbert; FLERON, Frederic J. The malevolent leader: Political socialization in an American sub-culture. **The American Political Science Review**, Washington D. C., v. 62, n. 2, p. 564-575, jun. 1968.

JASYN, Lorien; WAGGLE, Joseph; FISHER, Dana R. An empirical examination of echo chambers in US climate policy networks. *Nature Climate Change – Advance Online Publication*, EUA. Maio, 2015. Disponível em: www.nature.com/natureclimatechange Acesso em 09 jun. 2017.

JENNINGS, M. Kent; NIEMI, Richard. **The Political Character of Adolescents**. Princeton: Princeton University Press. 1974.

JEREZ, Ariel; MACEIRAS, Sergio D'Antonio; MAESTU, Enrique. Esferas públicas, crisis política e internet: el surgimiento electoral de Podemos. **Hist. cienc. Saúde**, Manguinhos, v. 22, p. 1573-1596, dez. 2015.

JOHNS HOPKINS UNIVERSITY. Coronavirus COVID-19 Global Cases by Johns Hopkins CSSE [Internet]. **Johns Hopkins University**; 2020. Disponível em: <https://coronavirus.jhu.edu/map.html>. Acesso em: 1 mar. 2021.

KUSHIR, Karina; CARNEIRO, Leandro Piquet. As dimensões subjetivas da política: cultura política e antropologia da política. **Revista Estudos Históricos**, v. 13, n. 24, p. 227-250, dez. 1999.

LECCARDI, Carmen; FEIXA, Carles. El concepto de generación en las teorías sobre la juventud. **Última década**, v. 19, n. 34, p. 11-32, jun. 2011.

LEE, Jae Kook; KIM, Eunyi. Incidental exposure to news: Predictors in the social media setting and effects on information gain online, **Computers in Human Behavior**, v. 75, p. 1008-1015, out. 2017.

LENSKI, Gerhard. **The Religious Factor: A Sociological Study of Religion's Impact on Politics, Economics, and Family Life**. Garden City: Doubleday and Company, 1961.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LÉVY, P. **O que é o virtual**. São Paulo: Ed. 34, 2003.

LOPES, Denise Mercedes Nuñez Nascimento. Para pensar a confiança e a cultura política na América Latina. **Opinião pública**, Campinas, v. 10, n. 1, p. 162-187, mai. 2004.

LYONS, Schley R. The political socialization of ghetto children: Efficacy and cynicism. **The Journal of Politics**, v. 32, n. 2, p. 288-304, mai. 1970.

MADDOX, William S.; HANDBERG, Roger. Children view the new president. **Youth & Society**, v. 12, n. 1, p. 3-16, set. 1980.

MANNHEIM, K. The Problem of Generations, in *Essays on the sociology of knowledge*, Nova York: Routledge & Kegan Paul, pp. 251-273, 1952 [1928].

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais**: linguagens, ambientes e redes. Petrópolis: Editora Vozes Limitada, 2014.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **A ideologia alemã**: crítica da mais recente filosofia alemã em seus representantes Feuerbach, B. Bauer e Stirner, e do socialismo alemão em seus diferentes profetas. São Paulo: Boitempo editorial, [1932] 2015.

MATOS, Heloiza. Capital social, Internet e TV: Controvérsias. **Organicom**, v. 5, n. 8, p. 24-35, jun. 2008.

MCDEVITT, Michael; CHAFFEE, Steven. From Top- Down to Trickle-Up Influence: Revisiting Assumptions About the Family in Political Socialization. **Political Communication**, v. 19, n. 3, p. 281-301, 2002.

MELICAN, Debra Burns; DIXON, Travis L. News on the net: Credibility, selective exposure, and racial prejudice. **Communication Research**, v. 35, n. 2, p. 151-168, abr. 2008.

MENA ALEMÁN, David. Trump y sus dos años de deshonestidad polémica: enfermedades preexistentes en las elecciones intermedias de 2018. **Norteamérica**, Ciudad de México, v. 14, n. 2, p. 175-186, dez. 2019.

MILBRATH, L. **Political Participation**: How and why do people get involved in politics? Chicago: Rand McNally College Publishing Company, 1977.

MOISÉS, José Álvaro. Cultura política, instituições e democracia: lições da experiência brasileira. **Rev. bras. Ci. Soc.**, São Paulo, v. 23, n. 66, p. 11-43, fev. 2008.

MOISÉS, José Álvaro. Os significados da democracia segundo os brasileiros. *Opinião pública*, Campinas, v. 16, n. 2, p. 269-309, nov. 2010.

_____. Political discontent in new democracies: the case of Brazil and Latin America. **International Review of Sociology**, vol. 21, n. 2, p. 339-336, jul. 2011.

MORAIS, Jennifer Azambuja de. **Cultura Política e Capital Social**: os efeitos do uso da internet na socialização de jovens no Sul do Brasil. Orientador: Cesar Marcelo Baquero Jacome. 286f. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.

MORAIS, Jennifer Azambuja de; BAQUERO, Marcello. Emergência e institucionalização da intolerância política como valor político numa cultura híbrida. In: Marcello Baquero. (Org.). **A Juventude e os desafios da construção democrática no Brasil**. Porto Alegre: Escritos, 2018, v. 1, p. 57-83.

MUÑOZ, Eloísa Díaz. Internet: los retos de la ciberdemocracia. **Revista Internacional de pensamiento político**, v. 5, p. 249-260, 2010.

MUSITU, Gonzalo. Socialización familiar y valores en el adolescente: un análisis intercultural. **Anuario de psicología**, Barcelona, v. 31, n. 2, p. 15-32, 2000.

MUTZ, Diana C.; MARTIN, Paul S. Facilitating Communication Across Lines of Political Difference: The Role of Mass Media. **American Political Science Review**, Washington D. C., v. 95, n. 1, p. 97–114, mar. 2001.

NAZZARI, Rosana Kátia. Capital social e socialização política dos jovens no Brasil. **Educação Unisinos**, São Leopoldo, v. 9, n. 2, p. 145-154, mai.-ago. 2005.

NEGROPONTE, Nicholas. **Being Digital**. New York: Random House Inc, 1996.

NEUGARTEN, Berenice L.; HAGESTAD, Gunhild. La socialización de los padres por parte de sus hijos: perspectivas para el cambio social. **Revista Latinoamericana de Psicología**, Bogotá, v. 14, n. 3, p. 341-346, 1982.

NEWTON, Kenneth. Mass media effects: mobilization or media malaise? *British Journal of Political Science*, v. 29, n. 4, p. 577-599, out. 1999.

NORRIS, Pippa et al. On **Message**: communicating the campaign. London/Thousand Oaks/New Dehli: Sage, 1999

NORRIS, Pippa; INGLEHART, Ronald. **Cultural backlash: Trump, Brexit, and authoritarian populism**. Cambridge: Cambridge University Press, 2019.

NOVAES, Regina; VITAL, Cristina. A juventude de hoje:(re) invenções da participação social. **Associando-se à juventude para construir o futuro**. São Paulo: Fundação W. K. Kellogg, p. 107-147, 2005.

NOVECK, Beth Simone. Paradoxical Partners: Electronic Communication and Electronic Democracy" In. FERDINAND, P. (ed.) **The Internet, Democracy, and Democratization**. London: Frank Cass, 2000.

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**: Pesquisa com jovens em Porto Alegre. 2019.

ORTEGA Y GASSET, J. **The Modern Theme**, London: The C. W. Daniel company, [1923] 1931.

PALONSKY, Stuart B. Political socialization in elementary schools. **The Elementary School Journal**, v. 87, n. 5, p. 493-505, 1987.

PARSONS, T. **La estructura de la acción social**. Madrid: Guadamarra, 1968.

PATEMAN, Carole. The Civic Culture: A Philosophic Critique. In: ALMOND, Gabriel; VERBA, Sydney (eds.). **The Civic Culture Revisited**. London: Sage, 1989.

PHARR, Susan J.; PUTNAM, Robert D.; DALTON, Russell J. A quarter-century of declining confidence. **Journal of democracy**, Baltimore, v. 11, n. 2, p. 5-25, abr. 2000.

PIZZORNO, A. Condizioni della partecipazione política. In: PIZZORNO, A. **Le radici della politica assoluta**. Milão: Feltrinell, 1966.

PNAD, IBGE. **Pesquisa nacional por amostra de domicílios**. Rio de Janeiro: IBGE, 2003.

PNAD, IBGE. **Pesquisa nacional por amostra de domicílios**. Rio de Janeiro: IBGE, 2018.

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.

PUTNAM, Robert et al. The strange disappearance of civic America. **Policy: A Journal of Public Policy and Ideas**, v. 12, n. 1, p. 3, 1996.

PUTNAM, Robert. **Our kids**. The American dream in crisis. New York: Simon & Schuster, 2015.

PYE, Lucian W.; VERBA, Sidney. **Introduction, Political Culture and Political Development**. Princeton: Princeton University Press, 1965.

RECUERO, Raquel. Disputas discursivas, legitimação e desinformação: o caso Veja x Bolsonaro nas eleições de 2018. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 16, n. 47, set.-dez. 2019.

RECUERO, Raquel. #FraudenasUrnas: estratégias discursivas de desinformação no Twitter nas eleições 2018. **Rev. bras. linguist. apl.**, Belo Horizonte, v. 20, n. 3, p. 383-406, set. 2020.

RENNÓ, Lúcio. Teoria da cultura política: vícios e virtudes. **BIB**, Rio de Janeiro, v. 45, n. 1, p. 71-92, 1998.

RENNÓ, Lucio R. Confiança interpessoal e comportamento político: microfundamentos da teoria do capital social na América Latina. **Opin. Publica**, Campinas, v. 7, n. 1, p. 33-59, 2001.

RHEINGOLD, H. **A comunidade virtual**. Lisboa: Gradiva, 1997.

SANGIRARDI, Pedro. Comunicação política digital e comportamento eleitoral: considerações sobre a hipótese de revalidação da teoria dos efeitos limitados. In:

Anais do 7º Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Ciberultura, Curitiba, 2013.

SCHERER-WARREN, Ilse. Manifestações de rua no Brasil 2013: encontros e desencontros na política. **Cad. CRH**, Salvador, v. 27, n. 71, p. 417-429, ago. 2014.

SCHEUFELE, Dietram A.; NISBET, Matthew C. Being a citizen online: New opportunities and dead ends. **Harvard International Journal of Press/Politics**, Cambridge, v. 7, n. 3, p. 55-75, jul. 2002.

SCHMIDT, João Pedro. **Juventude e Política nos Anos 1990**: Um estudo de socialização política no Brasil. Orientador: Cesar Marcelo Baquero Jacome. 392 f. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2000.

SCHMIDT, João Pedro. **Juventude e política no Brasil**: a socialização política dos jovens na virada do milênio. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2001.

SCHUMPETER, Joseph. **Capitalismo, Socialismo e Democracia**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura. 1961.

SEARS, David. Political Socialization. In. GREENSTEIN, Fred; POLSBY, Nelson. (eds.). **Handbook of Political Science**. Reading: Addison-Wesley, 1975.

SERRANO-PUCHE, Javier. Developing healthy habits in media consumption: A proposal for dealing with information overload. In. MARQUES, Rui Pedro Figueiredo; BATISTA, Joao Carlos Lopes (Eds.). **Information and communication overload in the digital age**. Hershey: IGI Global, 2017.

SILVEIRA, Angelita Fialho; DE AMORIM, Maria Salete Souza. Socialização política e capital social: uma análise da participação da juventude no contexto escolar e político. **Educação Unisinos**, São Leopoldo v. 9, n. 2, p. 155-163, mai.-ago. 2005.

STROUD, Natalie Jomini. Polarization and Partisan Selective Exposure. **Journal of Communication**, Londres, v. 60, n. 3, p. 556–576, ago. 2010.

SUNSTEIN, C. **Echo Chambers**. Princeton: Princeton University Press, 2001.

TEIXEIRA, Tarcisio. **Comércio eletrônico**: conforme o Marco Civil da Internet e a regulamentação do e-commerce no Brasil. São Paulo: Saraiva, 2015

UNESCO. Youth. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. 2020. Disponível em: <https://en.unesco.org/youth>. Acesso em: 19 jul. 2020.

URIBE DE HINCAPIÉ, M. T. El malestar con la representación política en la Colombia de hoy. **Estudios Políticos**, v. 1, n. 6, p. 11-26, jun. 1995.

VARGAS-SALFATE, Salvador; CARLOS OYANEDEL, Juan; TORRES-VALLEJOS, Javier. Socialization and interest in politics among young Chileans. **Revista**

Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, v. 13, n. 2, p. 781-794, jul.-dez. 2015.

VASCONCELOS, Camila de. **A formação da cultura política dos jovens: a influência das redes sociais em contextos socioeconômicos desiguais**. Orientador: Rodrigo Stumpf González. 307f. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.

VENTURA, Raphael. Family political socialization in multiparty systems. **Comparative Political Studies**, v. 34, n. 6, p. 666-691, ago. 2001.

VERBA, Sidney; NIE, Norman H.; KIM, Jae-on. **Participation and political equality: A seven-nation comparison**. Cambridge: Cambridge University Press, 1978.

VERBA, Sidney; SCHLOZMAN, Kay Lehman; BRADY, Henry E. **Voice and equality: Civic voluntarism in American politics**. Cambridge: Harvard University Press, 1995.

VISCARDI, Janaisa Martins. Fake news, verdade e mentira sob a ótica de Jair Bolsonaro no Twitter. **Trabalhos em Linguística Aplicada**, v. 59, n. 2, p. 1134-1157, mai.-ago. 2020.

WANTA, Wayne; HU, Yu-Wei. The Effects of Credibility Reliance, and Exposure on Media Agenda-Setting: A Path Analysis Model. **Journalism and Mass Communication Quarterly**, v. 71 n. 1, p. 90–98, mar. 1994

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.

ZIBAS, Dagmar ML. A reforma do ensino médio nos anos de 1990: o parto da montanha e as novas perspectivas. **Revista brasileira de educação**, n. 28, p. 24-36, jan.-abr. 2005.

ZORZI, Felipe Bortoncello. **Cidadania desigual: socialização política comparada em escolas públicas e privadas de Porto Alegre/RS**. Orientador: Marcello Baquero. 101f. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016.

ANEXO 1 – QUESTIONÁRIOS DOS SURVEYS 2001 – 2015 - 2019

Universidade Federal do Rio Grande do Sul Núcleo de Pesquisa sobre a América Latina QUESTIONÁRIO 2001

Questão	Variáveis	Questão	Variáveis
Nº. Questionário	Codificação interna	32.Você costuma participar de:	(1) Participa sempre (2) Participa às vezes (3) Não participa (88) Não Sabe (99) Não respondeu
Cód. Entrevistador	Codificação interna	32a.Festas dançantes	
Escola	Codificação interna	32b.Passeios	
Data das entrevistas	Codificação interna	32c.Associações desportivas	
1.Em primeiro lugar gostaríamos de saber qual a sua idade?	Questão aberta	32d.Associações religiosas	
2.Qual o seu sexo?	(1) Masculino (2) Feminino	32e.Associações tradicionalistas	
3.Em que cidade você nasceu?	(1) Capital (2) Interior do estado	32f.Partidos Políticos	
4.Qual a idade do seu pai?	Questão aberta	32g.Associações estudantis	
5.Qual a idade da sua mãe?	Questão aberta	32h.Associações sindicais	
6.Qual a sua religião?	1. Católica 2. Protestante histórica 3. Pentecostal 4. Espírita 5. Afro-brasileira 6. Oriental 7. Judaica 8. Cristã 9. Sem religião 66. Outra 88. Não Sabe 99. Não Respondeu	32i.Associações comunitárias	
7.Você é praticante?	(1) Sim (2) Não (88) Não Sabe (99) Não respondeu	32j.Ongs	
8.Qual o grau de instrução do seu pai?	1. Não tem instrução 2. 1º grau incompleto 3. 1º completo 4. 2º completo 5. 2º completo 6. Universitário incompleto 7. Universitário completo 88. Não Sabe 99. Não respondeu	33.Você acha que os jovens atualmente cooperam entre si?	(1) Sim (2) Às vezes (3) Não (88) Não Sabe (99) Não respondeu
9.Qual o grau de instrução da sua mãe?	1. Não tem instrução 2. 1º grau incompleto 3. 1º completo 4. 2º completo 5. 2º completo 6. Universitário incompleto 7. Universitário completo	34.Na sua opinião o que deve ser feito para que os jovens cooperem entre si?	Questão aberta

	88. Não Sabe 99. Não respondeu		
10.Você participa de alguma associação religiosa? (Cebs, Pastorais, etc.)	(1) Sim (2) Não (88) Não Sabe (99) Não respondeu	35.Você acredita que se as pessoas participassem mais de atividades associativas poderia mudar muita coisa no nosso país?	(1) Sim (2) Não (3) Depende (88) Não Sabe (99) Não respondeu
11.Na sua opinião quais os principais problemas enfrentados pela educação brasileira hoje?	Questão aberta	De quê?	Questão aberta
12.Você costuma discutir os problemas de sua escola com colegas?	(1) Sim (2) Às vezes (3) Não (88) Não Sabe (99) Não respondeu	36.Se fosse convidado a participar de alguma atividade, você:	(1) Participaria (2) Depende (3) Não participaria (88) Não Sabe (99) Não respondeu
13.Você acha que os alunos deveriam participar mais das decisões tomadas em sua escola?	(1) Sim (2) Às vezes (3) Não (88) Não Sabe (99) Não respondeu	Porquê?	Questão aberta
15.A sua escola tem Grêmios Estudantis?	(1) Sim (2) Não (88) Não Sabe (99) Não respondeu	37.Se você assistisse a destruição de alguma propriedade pública como um orelhão, abrigo de ônibus ou placa de sinalização, como você reagiria?	Questão aberta
16.Você participa das atividades desenvolvidas por seu Grêmios Estudantis?	(1) Sim (2) Às vezes (3) Não (88) Não Sabe (99) Não respondeu	38. Qual a sua opinião sobre a seguinte afirmação: "Todos os políticos são corruptos."	(1) Concorda (2) Concorda em parte (3) Discorda (88) Não Sabe (99) Não respondeu
17.Além do Grêmios Estudantis, você participa de alguma outra associação de estudantes?	(1) Sim (2) Não (88) Não Sabe (99) Não respondeu	39. Qual a sua opinião sobre a seguinte afirmação: "Os assuntos relacionados à política são muito complicados e que não despertam o interesse das pessoas".	
Quais?	Questão aberta	40. Qual a sua opinião sobre a seguinte afirmação: "Os políticos prometem as coisas e depois não cumprem".	
18.Você considera importante os estudantes participarem de organizações estudantis?	(1) Sim (2) Às vezes (3) Não (88) Não Sabe (99) Não respondeu	41.Na sua opinião, qual o principal problema enfrentado pelo Brasil hoje?	1. A crise econômica 2. O desemprego 3. A corrupção 4. As incertezas com relação ao futuro 5. Todos 66. Outro 88. Não sabe 99. Não respondeu
Porquê?	Questão aberta	42.E dos problemas listados na questão anterior, algum deles afeta a sua família?	

19. Falando um pouco sobre política, gostaríamos de saber se você:	(1) Se interessa por política (2) Às vezes procura se informar a respeito (3) Não se interessa por política (88) Não Sabe (99) Não respondeu	43. Qual a sua opinião sobre a seguinte afirmação:	(1) Concorda (2) Discorda (88) Não Sabe (99) Não respondeu
20. Quando você quer se informar sobre política, você costuma utilizar:	(1) Sim (2) Não costuma se informar (88) Não Sabe (99) Não respondeu	43a. Democracia é preferível a qualquer outra forma de governo	(1) Concorda (2) Discorda (88) Não Sabe (99) Não respondeu
20a. Jornal		43b. Em algumas circunstâncias um governo autoritário é preferível a um governo democrático.	(1) Concorda (2) Discorda (88) Não Sabe (99) Não respondeu
20b. Rádio		43c. Não faz diferença para mim se temos um governo democrático ou não	(1) Concorda (2) Discorda (88) Não Sabe (99) Não respondeu
20c. TV		43d. O que o Brasil precisa é um político que atue com firmeza	(1) Concorda (2) Discorda (88) Não Sabe (99) Não respondeu
20d. Revistas		43e. O que o país necessita é um político que saiba dialogar com todos os setores da população.	(1) Concorda (2) Discorda (88) Não Sabe (99) Não respondeu
20e. Internet		44. Em relação às instituições e pessoas que estão listadas abaixo, você confia nelas?	(1) Confio sempre (2) Confio às vezes (3) Não confio (88) Não Sabe (99) Não respondeu
20f. Amigos da Escola		44a. Senadores	
20g. Trabalho		44b. Deputados Federais	
20h. Todos		44c. Governo Federal	
21a. Na sua opinião, democracia significa: (Marque somente duas alternativas)		1. Votar 2. Poder criticar 3. Governar para a 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 66. Outro 88. Não Sabe 99. Não respondeu	44d. Governo Estadual (Olívio Dutra)
22. Na sua opinião, o que é um Partido Político?	Questão aberta	44e. Governo Municipal	
23. Qual dos partidos políticos listados abaixo seu pai prefere?	1. PPB 2. PFL 3. PL 4. PT 5. PSDB 6. PCB 7. PCdoB 8. PSTU	44f. Deputados Estaduais	
24. Qual dos partidos políticos listados abaixo sua mãe prefere?		44g. Vereadores	
25. E você prefere algum destes partidos?		44h. Partidos Políticos	

26.E dos partidos citados anteriormente, qual você menos gosta?	9. PPR 10. PTB 11. PMDB 12. PDT 13. PSB 14. PV 15. PPS 16. PRONA 17. PCO 18. Não tem preferência partidária 66. Outro 88. Não sabe 99. Não respondeu	44i. Padres/Irmãos	
Porquê?	Questão aberta	44j. Direção de sua Escola	
27a.Você sabe o que é ser de direita?	Questão aberta	44l. Professores	
27b.Você sabe o que é ser de esquerda?		44m. Colegas	
27c.Você sabe o que é ser de centro?		44n. Pessoas	
28. Atualmente, fala-se muito sobre direita e esquerda na política brasileira. A escala abaixo o 1 corresponde a extrema esquerda e o 10 a extrema direita. Marque um X em qual posição você se coloca.	Questão aberta	45.Você acha que a situação econômica das pessoas nos próximos 5 (cinco) anos vai	(1)Melhorar (2) Ficar igual (3) Piorar (88) Não Sabe (99) Não respondeu
29a.De que atividades socio-políticas listadas abaixo você costuma participar? Marque as duas que você mais participa.	1. Comícios 2. Manifestações 3. Discussões do centro comunitário 4. Conselhos escolares	46.Você acha que as oportunidades para os jovens no Brasil:	(1)Vão Melhorar (2) Vão ficar igual (3) Vão piorar (88) Não Sabe (99) Não respondeu
29b.De que atividades socio-políticas listadas abaixo você costuma participar? Marque as duas que você mais participa.	5. Orçamento participativo 6. Grêmios estudantis 7. Não participa 66. Outro 88. Não sabe 99. Não respondeu	47.Quanto ao seu futuro você o vê com:	(1) Otimismo (2) Incerteza (3) Pessimismo (88) Não Sabe (99) Não respondeu
30.Você acha importante que os jovens participem da política?	(1) Sim (2) Depende (3) Não (88) Não Sabe (99) Não respondeu	48.Qual profissão você pretende seguir?	Questão aberta
Porquê?	Questão aberta	49.Quem decide sobre as coisas mais importantes na sua família?	(1) Pai (2) Mãe (3) Os dois (4) Toda a família (5) Eu mesmo (88) Não Sabe (99) Não respondeu
31.Algumas pessoas afirmam que atualmente não há motivação para os jovens participarem de atividades com outras pessoas. Você:	(1) Concorda (2) Discorda (88) Não Sabe (99) Não respondeu	50.Quem é o principal responsável pelo sustento de sua família?	(1) Pai (2) Mãe (3) Ambos (4) Você (5) Parentes (6) Todos (88) Não Sabe (99) Não respondeu

Porquê?	Questão aberta	51. A que classe social você pertence?	(1) Alta (2) Média (3) Baixa (4) Outra (88) Não Sabe (99) Não respondeu
---------	----------------	--	--



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.

	Frequentemente	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.

	1º	2º
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			
6.5 Seus colegas de escola			
6.6 Seus professores			



Agora queremos saber sua opinião sobre alguns aspectos do nosso país.

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

(6) 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
 (3) 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 Estudantil? 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 Estudantil? 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.			
25.7 Não adianta participar da política, pois nunca muda nada.			
25.8 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.



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 ou menos	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				



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
46.4 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.

	1º	2º	3º
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			
54.4 Seus amigos			
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. Você tem acesso à internet em casa? Marque uma opção.

(1) Sim.

(3) Não.



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 (Juizes 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 ou menos	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				



65. Além de estudar, você trabalha? Marque uma opção.

- (1) Sim. Em quê? _____
- (2) Já trabalhei. Em quê? _____
- (3) Não

66. 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

67. Qual sua etnia (cor)? _____

68. 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

Gostaríamos de agradecer a sua colaboração com a pesquisa. Sua opinião é muito importante para nossa pesquisa.

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 assuntos políticos com: Marque uma opção por linha.**

	Frequentemente	Às Vezes	Raramente	Nunca
4.1 Seus pais				
4.2 Seus familiares				
4.3 Seus amigos				
4.4 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 uma opção para a primeira e uma opção para a segunda mais importante.**

1°		2°	
1. Família		1. Família	
2. Igreja		2. Igreja	
3. Escola		3. Escola	
4. Amizades		4. Amizades	
5. Televisão		5. Televisão	
6. Rádio		6. Rádio	
7. Jornal impresso/ Revista		7. Jornal impresso/ Revista	
8. Internet		8. Internet	
9. Redes sociais		9. Redes sociais	

Agora queremos saber sua opinião sobre alguns aspectos do nosso país.

6. **Em sua opinião quais são os principais problemas do país? Marque uma opção para o primeiro e uma opção para o segundo mais importante.**

1°		2°	
1. Inflação		1. Inflação	
2. Desemprego		2. Desemprego	
3. Saúde		3. Saúde	
4. Pobreza		4. Pobreza	
5. Corrupção		5. Corrupção	
6. Moradia		6. Moradia	
7. Transporte		7. Transporte	
8. Educação		8. Educação	
9. Meio ambiente		9. Meio ambiente	
10. Violência		10. Violência	
11. Outro. Qual? _____		11. Outro. Qual? _____	

7. Na sua opinião, 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.

8. 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

9. 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.
 (88) Não sei
 (99) Não quero responder

10. 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) Solitário
 (10) Indiferente
 (11) Outro. Qual? _____

11. É comum encontrar os muros, prédios e casas pichadas nas ruas de nossas cidades. Na sua opinião: **Marque uma opção por linha.**

	Concordo	Discordo
11.1 A pichação pode ser uma forma das pessoas se expressarem.		
11.2 A pichação pode ser uma forma de destruição do patrimônio público.		
11.3 Outro. Qual? _____		

E agora pensando na sua escola, queremos saber se:

12. Quando a escola organiza atividades, você participa? **Marque uma opção.**

- (1) Sim.
 (2) Às vezes
 (3) Não.

13. Você costuma discutir os problemas de sua escola com seus colegas? **Marque uma opção.**

- (1) Sim
 (2) Não

14. 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

15. Você acha que a educação que você está recebendo é de qualidade? **Marque uma opção.**

- (1) Sim.
 (2) Não. Por quê? _____

16. 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

17. Com que frequência a sua escola promove eventos que: Marque uma opção por linha.

	Frequentemente	Moderadamente	Nunca
17.1 Tratam sobre a sociedade e a política na atualidade.			
17.2 Tratam sobre cultura e diversidade.			
17.3 Tratam de conteúdos a partir de jornais ou revistas.			
17.4 Tratam de conteúdos a partir da exibição de noticiários ou documentários.			
17.5 Trabalham com pesquisa e fontes de informação.			

Falando ainda sobre política.

18. Como você se sente com relação à política? Marque uma opção.

- (1) Alienado
 (2) Indiferente
 (3) Desiludido
 (4) Interessado
 (5) Participativo
 (6) Isolado
 (7) Outro. Como? _____
 (8) Não sei
 (9) Não quero responder

19. Atualmente se fala muito do que está acontecendo no país. Qual a sua opinião sobre as seguintes afirmações: Marque uma opção por linha.

	Concordo	Concordo em parte	Discordo
19.1 Todos os políticos são corruptos.			
19.2 Os políticos prometem, depois não cumprem.			
19.3 Políticos são todos iguais.			
19.4 Não gosto de discussões ou assuntos políticos porque ninguém se entende e prefiro não me incomodar.			
19.5 Pessoas como as de minha família não têm nenhuma influência nas ações do governo.			
19.6 Não adianta participar da política, pois nunca muda nada.			
19.7 Assuntos políticos são muito complicados pra mim, por isso não me interessam.			
19.8 A colaboração entre pessoas pode contribuir para melhorar a situação no país.			
19.9 Democracia é melhor do que qualquer outra forma de governo			
19.10 Em algumas circunstâncias um governo autoritário é melhor do que um governo democrático.			
19.11 De modo geral, os homens são melhores líderes políticos do que as mulheres.			

20. Você tem título de eleitor? Marque uma opção.

- (1) Sim.
 (2) Não, mas teria feito se pudesse.
 (3) Não, só farei quando for obrigatório.

21. Você votaria se o voto não fosse obrigatório? Marque uma opção.

- (1) Sim
 (2) Não

22. Ao definir o seu voto, o que mais leva em conta? Marque uma opção.

- (1) A pessoa do candidato.
 (2) O partido do candidato.
 (3) A pessoa e o partido.

30. Agora serão apresentadas algumas propostas. Indique onde você acha que elas se encontram no espectro político: esquerda, centro e direita: Marque uma opção por linha.

	Esquerda	Centro	Direita	Não sei
30.1 Privatização de empresas públicas				
30.2 Políticas de valorização do salário mínimo				
30.3 Redução de impostos para empresas				
30.4 Aumento de impostos sobre renda e propriedade				
30.5 Favorável à reforma agrária				
30.6 Apoio aos movimentos sindicais				
30.7 Política de cotas raciais				
30.8 Aumento de pena para criminalidade				

31. Quando você pensa em democracia, quais dos itens listados abaixo vêm a sua mente? Marque uma opção para o que vem em primeiro e uma opção para o que vem em segundo em sua mente.

	1º		2º
1. Votar		1. Votar	
2. Poder criticar		2. Poder criticar	
3. Governar para a maioria		3. Governar para a maioria	
4. Respeitar o direito de todos		4. Respeitar o direito de todos	
5. Não ter pobreza		5. Não ter pobreza	
6. A competição entre partidos		6. A competição entre partidos	
7. A igualdade entre os cidadãos		7. A igualdade entre os cidadãos	
8. A paz		8. A paz	
9. Liberdade de expressão		9. Liberdade de expressão	
10. Liberdade de imprensa		10. Liberdade de imprensa	
11. Outro. Qual? _____		11. Outro. Qual? _____	

32. Considerando a discussão sobre as ações do Governo e do Mercado, quem você acha que deve ser o maior responsável por gerenciar estas áreas/decisões: Marque uma opção por linha.

	Governo	Empresa
32.1 Ser o dono das empresas e indústrias mais importantes do país.		
32.2 Ser o principal responsável pelo bem-estar dos cidadãos.		
32.3 Ser o principal responsável por garantir as aposentadorias.		
32.4 Ser o principal responsável por prover os serviços de saúde.		
32.5 Ser o principal responsável por prover a educação.		

33. Agora serão apresentadas algumas características. Indique se a descrição é muito parecida, mais ou menos parecida ou se não é parecida com você. Marque uma opção por linha.

	Muito parecido comigo	Mais ou menos parecido comigo	Não é parecido comigo
33.1 É importante ter novas ideias e ser criativo.			
33.2 É importante ser rico, ter muito dinheiro e coisas caras.			
33.3 É importante viver num ambiente seguro e evitar o que pode ser perigoso.			
33.4 É importante me divertir e fazer o que gosto.			
33.5 É importante me comportar de maneira correta e evitar fazer o que as pessoas acham errado.			
33.6 É importante fazer algo para o bem da sociedade.			
33.7 É importante ter muito sucesso e que as pessoas reconheçam minhas conquistas.			
33.8 É importante me preocupar com o meio ambiente e com a natureza.			
33.9 É importante seguir a tradição da religião e da família			

34. Em relação as frases abaixo, indique se concorda, concorda em parte ou não concorda. Marque uma opção por linha.

	Concordo	Concordo em parte	Não concordo
34.1 É importante respeitar as opiniões políticas de outras pessoas, mesmo que sejam diferentes das minhas.			
34.2 É importante olhar para todos os lados envolvidos em um conflito antes de tomar uma decisão.			
34.3 É importante se imaginar no lugar de alguém antes de criticar.			
34.4 É importante que todas as pessoas tenham o direito de expressar seus pontos de vista políticos, mesmo que sejam diferentes do meu ponto de vista.			

Falando sobre participação política.

35. Você costuma participar de: Marque uma opção por linha.

	Participo	Já participei	Não participo
35.1 Partidos políticos			
35.2 Associações comunitárias			
35.3 Atividades religiosas			
35.4 Organizações Não Governamentais (ONGs)			
35.5 Abaixo-assinados			
35.6 Manifestações, protestos, passeatas			
35.7 Ocupações de terrenos ou prédios públicos			
35.8 Movimentos sociais			
35.9 Atividades no seu bairro			
35.10 Mobilizações organizadas pelas redes sociais			

36. Nos últimos anos houve no Brasil várias manifestações. Você participou de alguma delas?

(1) Sim. Quais? _____

(2) Não

37. Também no último ano ocorreram muitos atos de violência, sendo um deles o atentado à Escola de ensino médio de Suzano, no Estado de São Paulo. Pensando nisso, qual é o sentimento que você tem em relação a este evento? Marque uma opção.

(1) Inseguro

(2) Indignado

(3) Assustado

(4) Frustrado

(5) Indiferente

(6) Outro. Qual? _____

Agora vamos falar sobre confiança nas pessoas e nas instituições.

38. Em relação às pessoas que estão listadas abaixo, você confia nelas? Marque uma opção por linha.

	Confio	Confio mais ou menos	Não confio
38.1 Pessoas em geral			
38.2 Seus pais			
38.3 Seus familiares			
38.4 Seus vizinhos			
38.5 Seus colegas de aula			
38.6 Contatos das redes sociais			
38.7 Seus amigos			
38.8 Seus professores			
38.9 Influenciadores Digitais (youtuber, instagramers, etc)			

39. Em relação às instituições que estão listadas abaixo, você confia nelas? Marque uma opção por linha.

	Confio	Confio mais ou menos	Não confio
39.1 Igrejas			
39.2 Partidos políticos			
39.3 Judiciário (Juizes e tribunais)			
39.4 Presidente			
39.5 Governo Federal (Ministros)			
39.6 Polícia			
39.7 Forças Armadas			
39.8 Escola			
39.9 Movimentos estudantis			
39.10 Conselho escolar			
39.11 Grêmios estudantis da escola			
39.12 Associações comunitárias			
39.13 TV			
39.14 Jornal impresso e revista			
39.15 Rádio			
39.16 Internet			

Agora queremos saber um pouco mais sobre os meios de comunicação que você usa.

40. Você acredita que os meios de comunicação no Brasil são neutros sobre política?

- (1) Sim
(2) Não

41. O quanto você utiliza os seguintes meios/canais para se informar sobre política: Marque uma opção por linha.

	Muito	Pouco	Nada
41.1 Rádio			
41.2 Televisão			
41.3 Jornal/Revista (online, via app ou impresso)			
41.4 Facebook			
41.5 Blogs ou fóruns de opinião			
41.6 Whatsapp			
41.7 Youtube			
41.8 Instagram			

42. O quanto você confia nas informações políticas veiculadas nestes meios/ canais de comunicação: Marque uma opção por linha.

	Muito	Pouco	Nada
42.1 Rádio			
42.2 Televisão			
42.3 Jornal/Revistas (online, via app ou impresso)			
42.4 Facebook			
42.5 Blogs ou fóruns de opinião			
42.6 Whatsapp			
42.7 Youtube			
42.8 Instagram			

43. Qual a sua principal motivação quando: Marque uma opção por linha.

	Entretenimento	Informação
43.1 Assiste TV		
43.2 Ouve rádio		
43.3 Lê jornal impresso ou revista		
43.4 Conecta-se à Internet		

Pensando sobre as redes sociais da Internet.

44. Das redes sociais listadas abaixo, qual você mais utiliza? Marque de acordo com o uso, sendo 1 nada usado e 5 muito usado.

	1	2	3	4	5
44.1 Twitter					
44.2 Facebook					
44.3 Whatsapp					
44.4 Instagram					
44.5 Youtube					
44.6 Outra. Qual? _____					

45. Você pesquisa em outras fontes sobre as notícias de política postadas nas redes sociais?

- (1) Sim. Em quais? _____
 (2) Não

46. Ao ler uma notícia, quais das seguintes ações você realiza para determinar se está recebendo informações legítimas? Marque uma opção por linha.

	Sempre	Às vezes	Nunca
46.1 Ver se o autor é real e confiável			
46.2 Ver se a data da notícia é atual			
46.3 Ver se outros meios confirmam essa notícia			
46.4 Ver se não se trata de uma piada			
46.5 Consulta um site de verificação de fatos			
46.6 Consulta um amigo ou familiar			

47. Muitas pessoas têm se referido à divulgação de notícias que distorcem a realidade chamando-as de notícias falsas ou de fake news. Você concorda que houve um aumento na divulgação de notícias falsas/ fake news no Brasil? Marque uma opção.

- (1) Concordo.
 (2) Concordo parcialmente.
 (3) Discordo
 (88) Não sei

48. Na sua opinião, por que você acha que as pessoas compartilham notícias falsas sobre política? Marque uma opção.

- (1) Para confundir as pessoas
 (2) Para convencer as demais do seu ponto de vista
 (3) Por falta de informação
 (4) Outro. Qual? _____

49. Você já teve contato com fake news em algum destes meios? Marque uma opção por linha.

	Frequentemente	Às vezes	Nunca
49.1 Rádio			
49.2 Televisão			
49.3 Jornal/Revista (online, via app ou impresso)			
49.4 Facebook			
49.5 Whatsapp			
49.6 Youtube			
49.7 Instagram			
49.8 Outra. Qual? _____			

50. Quem você acha que deve impedir a divulgação das fake news na Internet? Marque uma opção.

- (1) Governo
 (2) Imprensa
 (3) Judiciário
 (4) Instituições independentes
 (5) Não deve haver fiscalização.
 (6) Outro. Quem? _____
 (88) Não sei

51. Nas redes sociais, o que costuma fazer quando seus amigos postam assuntos políticos? Marque uma opção por linha.

	Sempre	Às vezes	Nunca
51.1 Ler ou assistir o vídeo			
51.2 Curtir			
51.3 Comentar			
51.4 Compartilhar			
51.5 Usar #			

52. Você conversa com alguém sobre as postagens de política que vê nas redes sociais? Marque uma opção por linha.

	Sempre	Às vezes	Nunca
52.1 Seus pais			
52.2 Seus familiares			
52.3 Seus amigos			
52.4 Seus colegas de escola			
52.5 Seus contatos das redes sociais			
52.6 Seus professores			
52.7 Outro. Quem? _____			

53. 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

54. Você já participou de manifestações políticas na rua marcadas pela Internet?

- (1) Sim. Quais? _____
 (2) Não.

55. Você fez campanha para algum candidato político pelas redes sociais nas últimas eleições?

- (1) Sim.
 (2) Não.

56. Pensando na interação com seus amigos nas redes sociais, você já: Marque uma opção por linha.

	Sim	Não
56.1 Excluiu algum amigo ou familiar de suas redes sociais por postarem opiniões diferentes das suas.		
56.2 Deixou de falar com algum amigo ou familiar por possuírem opiniões diferentes das suas.		
56.3 Avisou algum amigo ou familiar que ele estava divulgando fake news.		

Para finalizar, precisamos de alguns dados seus e de sua família.

57. Qual a sua religião? _____

58. Com quem você mora? Marque uma opção.

- (1) Moro com pai e mãe
 (2) Moro com parentes ou amigos
 (3) Moro com a mãe
 (4) Moro com o pai
 (5) Moro sozinho
 (6) Moro com esposo(a) ou companheiro(a)
 (7) Outros. Quem? _____

59. 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		

60. Você tem acesso à Internet: Marque uma opção por linha.

	Sim	Não
60.1 Em sua casa		
60.2 Em sua escola		
60.3 No seu celular		

61. Além de estudar, você trabalha? Marque uma opção.

- (1) Sim.
 (2) Já trabalhei. Em quê? _____
 (3) Não

62. Quando é necessário tomar uma decisão importante na sua família, você acha que os filhos devem ser consultados e ajudar a decidir? Marque uma opção.

- (1) Sempre
 (2) Às vezes
 (3) Nunca
 (88) Não sei
 (99) Não quero responder

63. Qual sua etnia (cor)? Marque uma opção.

- (1) Indígena
 (2) Amarelo
 (3) Branco
 (4) Pardo
 (5) Negro
 (6) Outro. Qual? _____

64. 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 (até R\$1.000)
 (2) De 1 a 2 salários mínimos (De R\$1.000 a R\$2.000)
 (3) De 2 a 3 salários mínimos (De R\$2.000 a R\$3.000)
 (4) De 3 a 4 salários mínimos (De R\$3.000 a R\$4.000)
 (5) De 4 a 5 salários mínimos (De R\$4.000 a R\$5.000)
 (6) Não sei

65. Pensando em sua família, a qual classe social vocês acreditam que pertencem? Marque uma opção.

- (1) Baixa (pobre)
 (2) Média-baixa
 (3) Média
 (4) Média-Alta
 (5) Alta (rico)

Gostaríamos de agradecer a sua colaboração com o questionário. Sua opinião é muito importante para nossa pesquisa.

ANEXO 2 - ANÁLISE DIACRÔNICA

INDICADOR	QUESTÃO 2001	Variáveis 2001	QUESTÃO 2015	Variáveis 2015	QUESTÃO 2019	Variáveis 2019
DIMENSÃO AFETIVA	19. Falando um pouco sobre política, gostaríamos de saber se você:	(1) Se interessa por política (2) Às vezes procura se informar a respeito (3) Não se interessa por política	3. Você se interessa por política?	(1) Muito (2) Pouco (3) Nenhum interesse	3. Você se interessa por política?	(1) Muito (2) Pouco (3) Nenhum interesse
	38. Qual a sua opinião sobre a seguinte afirmação: "Todos os políticos são corruptos."	(1) Concorda (2) Concorda em parte (3) Discorda	25. Atualmente se fala muito do que está acontecendo no país. Qual a sua opinião sobre as seguintes afirmações:	(1) Concordo (2) Concordo em parte (3) Discordo	19. Atualmente se fala muito do que está acontecendo no país. Qual a sua opinião sobre as seguintes afirmações:	(1) Concordo (2) Concordo em parte (3) Discordo
	40. Qual a sua opinião sobre a seguinte afirmação: "Os políticos prometem as coisas e depois não cumprem".		25.1 Todos os políticos são corruptos.		19.1 Todos os políticos são corruptos.	
	39. Qual a sua opinião sobre a seguinte afirmação: "Os assuntos relacionados à política são muito complicados e que não despertam o interesse das pessoas".		25.8 Assuntos políticos são muito complicados pra mim, por isso não me interessam.		19.2 Os políticos prometem, depois não cumprem.	
	43a. Democracia é preferível a qualquer outra forma de governo	(1) Concorda (2) Discorda			19.9 Democracia é melhor do que qualquer outra forma de governo	(1) Concordo (2) Concordo em parte (3) Discordo
	43b. Em algumas circunstâncias um governo autoritário é preferível a um governo democrático.				19.10 Em algumas circunstâncias um governo autoritário é melhor do que um governo democrático.	

	47. Quanto ao seu futuro você o vê com:	(1) Otimismo (2) Incerteza (3) Pessimismo	10. Você acha que seu futuro será melhor do que o do seus pais?	(1) Sim, será melhor. (2) Será igual. (3) Não, será pior.	9. Você acha que seu futuro será melhor do que o do seus pais?	(1) Sim, será melhor. (2) Será igual. (3) Não, será pior.
	21a. Na sua opinião, democracia significa:	1. Votar 2. Poder criticar 3. Governar para a 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 66. Outro	35. Quando você pensa em democracia, quais dos itens listados abaixo vêm a sua mente?	1. Votar 2. Poder criticar 3. Governar para a 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	31. Quando você pensa em democracia, quais dos itens listados abaixo vêm a sua mente?	1. Votar 2. Poder criticar 3. Governar para a 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
PARTICIPAÇÃO POLÍTICA	36. Você costuma participar de:	(1) Participa sempre (2) Participa às vezes (3) Não participa	36. Você costuma participar de:	1) Participo (2) Já participei (3) Não participo	35. Você costuma participar de:	1) Participo (2) Já participei (3) Não participo
	32f. Partidos Políticos		36.1 Partidos Políticos		35.1 Partidos políticos	
	32i. Associações comunitárias		36.4 Associações comunitárias		35.2 Associações comunitárias	
	32d. Associações religiosas		36.5 Atividades religiosas		35.3 Atividades Religiosas	
CONFIANÇA	44. Em relação às instituições e pessoas que estão listadas abaixo, você confia nelas?	(1) Confio sempre (2) Confio às vezes (3) Não confio	41. Em relação às pessoas que estão listadas abaixo, você confia nelas?	1) Confio (2) Confio mais ou menos (3) Não confio	38. Em relação às pessoas que estão listadas abaixo, você confia nelas?	1) Confio (2) Confio mais ou menos (3) Não confio
	44n. Pessoas		41.1 Pessoas em geral		38.1 Pessoas em geral	
	44m. Colegas		41.5 Seus colegas de aula		38.5 Seus colegas de aula	
	44l. Professores		41.8 Seus professores		38.8 Seus professores	
			42. Em relação às instituições que estão listadas		39. Em relação às instituições que estão listadas	

			abaixo, você confia nelas?		abaixo, você confia nelas?	
	44h. Partidos Políticos	(1) Confio sempre (2) Confio às vezes (3) Não confio	42.2 Partidos Políticos		39.2 Partidos políticos	
	44c. Governo Federal		42.4 Presidente		39.4 Presidente	
MEIOS DE COMUNICAÇÃO	20. Quando você quer se informar sobre política, você costuma utilizar:	(1) Sim (2) Não costuma se informar	45. Quando você quer saber mais sobre assuntos políticos, com que frequência você se informa pelos canais listados abaixo?	(1) Muito (2) Pouco (3) Nada		
	20b. Rádio		45.2 Rádio			
	20c. TV		45.1 TV			
	20e. Internet		45.4 Internet			

ANEXO 3 - CARACTERIZAÇÃO DO PERFIL DE JOVENS POR AGENTE DE SOCIALIZAÇÃO POLÍTICA

INDICADOR	QUESTÃO 2015	Variáveis 2015	QUESTÃO 2019	Variáveis 2019
AGENTES DE SOCIALIZAÇÃO POLÍTICA	5. Na hora de formar uma opinião sobre assuntos políticos, quais das instituições abaixo você considera mais importante?	1. Família 2. Igreja 3. Escola 4. Amizades 5. Televisão 6. Rádio 7. Jornal impresso/Revista 8. Internet 9. Redes sociais	5. Na hora de formar uma opinião sobre assuntos políticos, quais das instituições abaixo você considera mais importante?	1. Família 2. Igreja 3. Escola 4. Amizades 5. Televisão 6. Rádio 7. Jornal impresso/Revista 8. Internet 9. Redes sociais
SÓCIO-ECONÔMICAS	64. Você tem acesso à internet em casa?	(1) Sim (2) Não	60. Você tem acesso à Internet: 60.1 Em sua casa	(1) Sim (2) Não
	2. Seu sexo:	(1) Masculino (2) Feminino	2. Seu sexo:	(1) Masculino (2) Feminino
	62. Qual a sua religião?	Questão aberta	57. Qual a sua religião?	Questão aberta
DIMENSÃO AFETIVA	3. Você se interessa por política?	(1) Muito (2) Pouco (3) Nenhum interesse	3. Você se interessa por política?	(1) Muito (2) Pouco (3) Nenhum interesse
	25. Atualmente se fala muito do que está acontecendo no país. Qual a sua opinião sobre as seguintes afirmações:	(1) Concordo (2) Concordo em parte (3) Discordo	19. Atualmente se fala muito do que está acontecendo no país. Qual a sua opinião sobre as seguintes afirmações:	(1) Concordo (2) Concordo em parte (3) Discordo
	25.1 Todos os políticos são corruptos.		19.1 Todos os políticos são corruptos.	

	25.2 Os políticos prometem, depois não cumprem.		19.2 Os políticos prometem, depois não cumprem.	
	25.8 Assuntos políticos são muito complicados pra mim, por isso não me interessam.		19.7 Assuntos políticos são muito complicados pra mim, por isso não me interessam.	
	25.4 Não gosto de discussões ou assuntos políticos, porque ninguém se entende e prefiro não me incomodar.		19.4 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.		19.5 Pessoas como as de minha família não têm nenhuma influência nas ações do governo.	
	25.7 Não adianta participar da política, pois nunca muda nada.		19.6 Não adianta participar da política, pois nunca muda nada.	
			19.9 Democracia é melhor do que qualquer outra forma de governo	
			19.10 Em algumas circunstâncias um governo autoritário é melhor do que um governo democrático.	
	4. Com que frequência você costuma conversar sobre assuntos políticos com:		4. Com que frequência você costuma conversar sobre assuntos políticos com:	
	4.1 Seus pais	(1) Frequentemente (2) Às vezes (3) Raramente (4) Nunca	4.1 Seus pais	(1) Frequentemente (2) Às vezes (3) Raramente (4) Nunca
	4.2 Seus familiares		4.2 Seus familiares	
	4.3 Seus amigos		4.3 Seus amigos	
	4.4 Contatos das redes sociais		4.4 Contatos das redes sociais	
	4.5 Seus colegas de escola		4.5 Seus colegas de escola	
	4.6 Seus professores		4.6 Seus professores	
	35. Quando você pensa em democracia, quais dos itens listados abaixo vêm a sua mente?	1. Votar 2. Poder criticar 3. Governar para a 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	31. Quando você pensa em democracia, quais dos itens listados abaixo vêm a sua mente?	1. Votar 2. Poder criticar 3. Governar para a 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

PARTICIPAÇÃO	36. Você costuma participar de:	(1) Participo (2) Já participei (3) Não participo	35. Você costuma participar de:	(1) Participo (2) Já participei (3) Não participo
	36.1 Partidos Políticos		35.1 Partidos políticos	
	36.4 Associações comunitárias		35.2 Associações comunitárias	
	36.5 Atividades religiosas		35.3 Atividades Religiosas	
	36.14 Atividades no seu bairro		35.9 Atividades no seu bairro	
CONFIANÇA	39. Em relação às instituições que estão listadas abaixo, você confia nelas?	(1) Confio (2) Confio mais ou menos (3) Não confio	39. Em relação às pessoas que estão listadas abaixo, você confia nelas?	(1) Confio (2) Confio mais ou menos (3) Não confio
	39.1 Igrejas		39.1 Igrejas	
	39.2 Partidos políticos		39.2 Partidos políticos	
	39.3 Judiciário (Juizes e tribunais)		39.3 Judiciário (Juizes e tribunais)	
	39.4 Presidente		39.4 Presidente	
	39.5 Governo Federal (Ministros)		39.5 Governo Federal (Ministros)	
	39.6 Polícia		39.6 Polícia	
	39.7 Forças Armadas		39.7 Forças Armadas	
	39.8 Escola		39.8 Escola	
	39.9 Movimentos estudantis		39.9 Movimentos estudantis	
	39.10 Conselho escolar		39.10 Conselho escolar	
	39.11 Grêmios estudantil da escola		39.11 Grêmios estudantil da escola	
	39.12 Associações comunitárias		39.12 Associações comunitárias	
	39.13 TV		39.13 TV	
	39.14 Jornal impresso e revista		39.14 Jornal impresso e revista	
	39.15 Rádio		39.15 Rádio	
39.16 Internet	39.16 Internet			
MÍDIAS DIGITAIS	47. O quanto você confia nas informações políticas veiculadas nestes meios/canais de comunicação:	(1) Muito (2) Pouco (3) Nada	42. O quanto você confia nas informações políticas veiculadas nestes meios/canais de comunicação:	(1) Muito (2) Pouco (3) Nada
	47.2 No rádio		42.1 Rádio	
	47.1 Na TV		42.2 Televisão	
	47.3 Nos jornais impressos ou revistas		42.3 Jornal/Revistas (online, via app ou impresso)	
	47.4 Na internet			
	47.5 Nas redes sociais			
	45. Quando você quer saber mais sobre assuntos políticos, com que frequência você se informa pelos canais listados abaixo?	(1) Sempre (2) Às vezes (3) Nunca	41. O quanto você utiliza os seguintes meios/canais para se informar sobre política:	(1) Muito (2) Pouco (3) Nada
	45.1 TV		41.1 Rádio	
	45.2 Rádio		41.2 Televisão	

	45.3 Jornal Impresso e Revista		41.3 Jornal/Revista (online, via app ou impresso)	
	45.4 Internet			
	45.5 Redes Sociais			
	54. Você conversa com alguém sobre as postagens de política que vê nas redes sociais?	(1) Sempre (2) Às vezes (3) Nunca	52. Você conversa com alguém sobre as postagens de política que vê nas redes sociais?	(1) Sempre (2) Às vezes (3) Nunca
	54.1 Seus pais		52.1 Seus pais	
	54.2 Seus familiares		52.2 Seus familiares	
	54.3 Seus amigos		52.3 Seus amigos	
	54.4 Seus colegas de escola		52.4 Seus colegas de escola	
	54.5 Seus contatos das redes sociais		52.5 Seus contatos das redes sociais	
	54.6 Seus professores		52.6 Seus professores	
	54.7 Outro		52.7 Outro	