

O IMPACTO DAS MÍDIAS DIGITAIS COMO AGENTES DE SOCIALIZAÇÃO DOS ESTUDANTES DE ESCOLAS PÚBLICAS EM PORTO ALEGRE

9

Rodrigo Stumpf González (rodrigo.stumpf@ufrgs.br)*

Alexsander Dugno Chiodi (alexchiodi@gmail.com)†

Resumo: O objetivo deste artigo é compreender a relação entre o processo de socialização política dos jovens por mídias digitais e a construção de valores políticos. Fundamentado nos conceitos de cultura política, socialização política e na teoria das mídias digitais, considera-se como hipótese que jovens socializados de forma digital são menos apáticos, mais interessados e participativos na política em comparação àqueles socializados por agentes tradicionais de socialização política. Para isso, os níveis de valores políticos entre jovens socializados por agentes tradicionais são comparados àqueles socializados por agentes digitais, fazendo uso da metodologia quantitativa tipo survey, a partir de dados da pesquisa “Democracia, valores políticos e capital social: um estudo comparativo de socialização política dos jovens no Sul do Brasil”, aplicada com jovens de 15 a 24 anos de Porto Alegre, em 2015 e 2019. Com base nos dados analisados, os resultados demonstram que os jovens socializados digitalmente 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 politicamente. O impacto das mídias digitais como agentes de socialização política parece ser 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.

THE IMPACT OF DIGITAL MEDIA AS AGENTS OF SOCIALIZATION OF PUBLIC SCHOOL STUDENTS IN PORTO ALEGRE CITY

Abstract: The main goal of this article is to comprehend the relationship between the political socialization process of young people through digital media and the construction of political values. Based on the concepts of political culture, political socialization and digital media theory, it is considered that young people socialized digitally are less apathetic, more interested and participatory in Politics in comparison to those socialized by traditional agents of political socialization. For that, the levels of political values among young people socialized by traditional agents are compared with those of young people socialized by digital agents, using a quantitative survey-type as methodology, using the data

* Doutor em Ciência Política pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Professor do Departamento de Ciência Política da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

† Mestrando em Ciência Política pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Bacharel em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

from the research “Democracia, valores políticos e capital social: um estudo comparativo de socialização política dos jovens no Sul do Brasil”, conducted with young people from 15 to 24 years old from Porto Alegre, in 2015 and 2019. Based on the data analyzed, the results show that digitally socialized young people seem to be more interested in politics, realize its political effectiveness and talk more about that matter with other people, especially with other young people.

In contrast, this group is less politically participatory. The impact of digital media as agents of political socialization seems to be narrowed by the intergenerational reproduction of the pattern of pre-existing values, associated with an inert democracy, which hinder the consolidation of a participatory democracy in the country.

Keywords: political socialization; political culture; digital media.

1 INTRODUÇÃO

A transformação da tecnologia de comunicação ao final do século XX tornou a Internet um dos principais meios de contato entre as pessoas e de divulgação de informações, em diferentes plataformas e mídias digitais.

Na última década se constata uma ampliação do uso das mídias digitais como instrumentos utilizados para o debate e a atuação política, em episódios como na ocupação da Puerta del Sol, em Madri, em 2011, pelo movimento dos Indignados (JEREZ; MACEIRAS; MAESTU, 2015), na convocação e organização das Manifestações de Junho de 2013 (SCHERER-WARREN, 2014), na campanha e eleição de Donald Trump como presidente dos Estados Unidos (MENA ALEMÁN, 2019), no referendo para a saída do Reino Unido da União Europeia (AYRES PINTO; MORAES, 2020) e na eleição de Jair Bolsonaro. Este, já como presidente, prefere o uso de 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, constata-se que as mídias digitais impactam nas esferas da vida pública, como na condução do sistema democrático, dos processos eleitorais, da participação virtual ou da organização de manifestações físicas, modificando as formas tradicionais de fazer política, em particular nas novas gerações já nativas do mundo digital.

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 configura o momento chave da 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 adultos (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 cenário de influência das mídias digitais na política e nas novas gerações, o artigo objetiva compreender o impacto das mídias digitais como agente de socialização na construção de valores políticos dos jovens brasileiros. A hipótese 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.

Para testar a hipótese, será utilizado o protocolo quantitativo, através da análise dos dados da pesquisa “Democracia, valores políticos e capital social: um estudo comparativo de socialização política dos jovens no Sul do Brasil”, realizada pelo Núcleo de Pesquisa sobre América Latina (NUPESAL/UFRGS) com 2.035 jovens de 15 a 24 anos em 2015 e 863 em 2019, de escolas públicas e privadas no Ensino Médio em Porto Alegre. Os dados são analisados de forma descritiva, com frequências e cruzamentos, e inferencial, com a análise do qui-quadrado. A variável independente proposta é o tipo de socialização política, e as variáveis dependentes são os valores políticos da dimensão afetiva, participação e desconfiança política.

2 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 tomados por atores políticos relevantes, e o campo político opera sob as mesmas fórmulas encontradas na economia, como livre concorrência, livre mercado, oligopólio, monopólio. Schumpeter (1961), 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 desenvolvem as conceituações seminais de Almond e Verba (1965), que primeiro introduzem o termo 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).

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 fazerem uso de sentimentos, conhecimentos e informações, orientam suas ações em relação ao sistema. 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.

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.

Inglehart (1971; 1988) percebe mudanças fundamentais nos valores¹ presentes em democracias consolidadas que conflitam com o paradigma apresentado na década de 1960. Nessas sociedades, as gerações socializadas no pós-guerra não depositam interesse e preocupação em necessidades materiais de forma tão imperativa quanto as gerações anteriores, dispostos a estabelecer freios no crescimento econômico em detrimento das questões pós-materiais, como ambientalismo, redução das desigualdades e melhora nos níveis de qualidade de vida. Nas sociedades em que necessidades materiais de sobrevivência² são sanadas, há o desenvolvimento de valores pós-materialistas.

Tentando superar o modelo de cultura cívica de Almond e Verba (1965), 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.

¹ “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).

² Acesso à moradia, à educação, à saúde e à segurança.

Nesse arcabouço teórico, estaria em curso então uma substituição de valores no perfil de cidadão nas democracias consolidadas, em que tais sociedades não seriam mais compostas por cidadãos leais, mas por cidadãos críticos, percebido na substituição dos valores de sobrevivência por valores de autoexpressão, 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 sociopolítico 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 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, p. 374),

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.

Para Castro (2012, p. 83), 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”.

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 a demandas populares e da 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 de desconfiança em relação às instituições essenciais para o funcionamento do sistema democrático, em que o repúdio ao autoritarismo formal acompanha ceticismo em relação à 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 diante da 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.

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 — pode influenciar na cultura política das sociedades democráticas.

3 SOCIALIZAÇÃO POLÍTICA

Os estudos seminais do que viria a ser entendido como socialização política na Ciência Política podem ser creditados 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 de 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.

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 ajudam-nos 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, 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 direta, desenvolvem-se determinados padrões de orientação e participação política (BAQUERO; MORAIS, 2014) e promovem-se condições culturais propícias à manutenção do sistema político-social vigente (BAQUERO; GONZÁLEZ, 2011).

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, aos canais de notícia e ao rádio é interpretada como agente 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; WARD; TIPTON, 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).

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 os 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).

No Brasil, os agentes de socialização política de maior relevância são a família, escola e mídia (SCHMIDT, 2001). 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). A seguir, discute-se como foram construídas e de que forma essas mídias interferem no processo de socialização política dos jovens.

4 MÍDIAS DIGITAIS

“Mídias digitais” é um termo utilizado para criar uma separação conceitual das 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 e 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)

Para Innis (1951), o processo de transformação cultural, assim como a compreensão do tempo-espaço, estão implícitos 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.

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 do “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 podem 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.

O grau de abrangência e alto nível de acesso ao ciberespaço (LÉVY, 1999; 2003) 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 reestruturam 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, 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.

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 compartilham 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).

Apesar da erosão da linha entre público espectador 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 à informação,

promove comunicação com ilimitado número de cidadãos e cria um canal de comunicação direta com as elites políticas, podendo resultar em impactos profundos nas 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.

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 desconfiança, interesse ou apatia por política. Para isso, faz-se necessária a análise de dados.

5 ANÁLISE DE DADOS

Como descrito no capítulo introdutório, o objetivo central deste artigo é compreender o impacto das mídias digitais no processo de socialização política em relação à construção de valores políticos pelos jovens porto-alegrenses. Para isso, são utilizados dados da pesquisa “Democracia, mídias e capital social: um estudo comparativo de socialização política dos jovens no Sul do Brasil”, coordenada por Marcello Baquero e Rodrigo Stumpf González, aplicada em 2015 e 2019, com jovens de 13 a 24 anos, estudantes do 1º ao 3º ano do ensino médio de escolas públicas e privadas em cidades da região Sul.

Para essa pesquisa, serão analisados os dados referentes ao município de Porto Alegre (RS), por serem os únicos coletados nos dois períodos, permitindo identificar o impacto das mídias digitais no processo de socialização política em relação à 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 instituições 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).

A partir do entendimento de que há diferenças entre a escolarização pública ou privada e de que cerca de 87% (PNAD, IBGE, 2018) dos jovens frequentam instituições públicas de ensino, neste trabalho o esforço será direcionado a 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 378 em 2015 e 640 jovens em 2019.

Nessa compreensão, será descrita a dinâmica entre a socialização tradicional e a digital nos valores políticos da dimensão afetiva (ALMOND; VERBA, 1965), participação política e desconfiança.

5.1 *Tipo de socialização política*

Para fins de operacionalização, o processo de socialização política juvenil foi categorizado em dois grupos³: o primeiro, composto por agentes e formas tradicionais de socialização política, como a família, escola e igreja, e de meios de comunicação associados à mídia tradicional, como televisão, jornais e rádio. A esse 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, da internet e das redes sociais como agentes mais importantes, 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 culturais que circunscrevem cada realidade dos agentes.

Dessa forma, na Tabela 1, a seguir, a Socialização Tradicional e a Socialização Digital são assim representadas, em 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.

5.2 *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. O interesse por política faz parte da eficácia política, que Easton e Dennis (1967, p. 28) definem como

³ Questão no survey: na hora de formar uma opinião sobre assuntos políticos, qual das instituições abaixo você considera mais importante?

TABELA 1 Tipo de socialização política (%)

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

Fonte: Nuposal (2015; 2019)

N 2015 = 378; N 2019 = 628.

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.

Tanto em 2015 quando 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 2 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

Fonte: Nuposal (2015; 2019)

N 2015 = 284 / $q = 0,001$; N 2019 = 593 / $q = 0,000$

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 com a eficácia política, ou a autopercepção do indivíduo como agente de ação nas decisões políticas (BAQUERO, 2003; 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).

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.

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 “autossocialização” entre os jovens (MORAIS, 2017).

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

Assim como na Tabela 4, a Tabela 5 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.

TABELA 3 Apatia política (%)*

	2015		2019	
	Socia- lização Tradicional	Socia- lização Digital	Socia- lização Tradicional	Socia- lização Digital
Não gosto de discussões ou assuntos políticos, porque ninguém se entende e prefiro não me incomodar ¹	59	42	75	61
Não adianta participar da política, pois nunca muda nada ²	59	44	63	47
Todos os políticos são corruptos ³	81	61	84	78
Assuntos políticos são muito complicados pra mim, por isso não me interessam ⁴	41	23	53	35

Fonte: Nupesal (2015; 2019)

* Soma das alternativas concorda e concorda em parte.

N 2015= 291; N 2019= 606.

$q^1_{2015} = 0,013$; $q^1_{2019} = 0,002$; $q^2_{2015} => 0,05$; $q^2_{2019} = 0,002$;

$q^3_{2015} = 0,002$; $q^3_{2019} => 0,05$; $q^4_{2015} = 0,013$; $q^4_{2019} = 0,000$.

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%

TABELA 4 Conversa sobre política com outras pessoas (%)*

	2015		2019	
	Socia- lização Tradi- cional	Socia- lização Digital	Socia- lização Tradi- cional	Socia- lização Digital
Amigos ¹	44	67	49	67
Colegas de escola ²	38	66	44	58

Fonte: Nuposal (2015; 2019)

* Soma das alternativas conversa e conversa pouco.

N 2015= 291; N 2019= 593.

$q^1_{2015} = 0,003$; $q^1_{2019} = 0,000$; $q^2_{2015} \Rightarrow 0,05$; $q^2_{2019} \Rightarrow 0,05$.

TABELA 5 Conversa sobre as postagens de política que vê nas redes sociais com: (%)*⁴

	2015		2019	
	Socia- lização Tradi- cional	Socia- lização Digital	Socia- lização Tradi- cional	Socia- lização Digital
Amigos ¹	56	81	67	78
Colegas de escola ²	49	61	54	65

Fonte: Nuposal (2015; 2019)

* Soma das alternativas sempre e às vezes.

N 2015= 291; N 2019= 596.

$q^1_{2015} = 0,002$; $q^1_{2019} = 0,022$; $q^2_{2015} \Rightarrow 0,05$; $q^2_{2019} = 0,042$;

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.

⁴ Questão do survey: Você conversa com alguém sobre as postagens de política que vê nas redes sociais?

TABELA 6 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

Fonte: Nuposal (2019)

N Socialização Tradicional = 458; N Socialização Digital = 148.
 $q^1 = 0,05$; $q^2 = 0,000$.

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).

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.

5.3 Participação

A popularização das mídias digitais e a inserção do campo político no ciberespaço causaram mudanças no custo da participação política, além de incrementarem o espectro de atividades políticas (ANDUIZA; CANTIJOCH;

GALLEGO, 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.

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; KIM, 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 (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, Nie e Kim (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 endereçada 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. 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.

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 aquela que ocorre no âmbito local, enquanto a congregação religiosa é a mais frequente entre os socializados de forma tradicional. A socialização política por

TABELA 7 Você costuma participar ou já participou de: (%)

Variável	2015		2019	
	Socia- lização Tradicional	Socia- lização Digital	Socia- lização Tradicional	Socia- lização Digital
Partidos políticos	4	2	5	3
ONGs	14	24	17	20
Movimentos sociais	30	42	33	39
Atividades religiosas	35	37	52	32
Manifestações	39	57	38	48
Abaixo-assinados	43	52	53	64

Fonte: Nuposal (2015; 2019)

N 2015= 378; N 2019= 625.

$q^1_{2015} => 0,05$; $q^1_{2019} => 0,05$; $q^2_{2015} => 0,093$; $q^2_{2019} => 0,05$;
 $q^3_{2015} = 0,079$; $q^3_{2019} => 0,05$; $q^4_{2015} => 0,05$; $q^4_{2019} = 0,000$,
 $q^5_{2015} = 0,015$; $q^5_{2019} = 0,03$; $q^6_{2015} => 0,05$; $q^6_{2019} = 0,021$.

meio de agentes digitais não parece resultar em maior participação social, mas indica uma maior ação nas formas não tradicionais de participação política, como as manifestações sociais e participação em abaixo-assinados digitais.

5.4 Desconfiança

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. 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 o fomento de um sentimento de antipolítica, apatia e descontentamento geral com o sistema democrático.

TABELA 8 Desconfiança institucional: (%)

Instituição	2015		2019	
	Socia- lização Tradi- cional	Socia- lização Digital	Socia- lização Tradi- cional	Socia- lização Digital
Partidos ¹	74	68	72	73
Presidentes ²	64	62	69	68
Governo Federal ³	63	62	68	68
Judiciário ⁴	32	38	37	42
Polícia ⁵	33	30	28	31
Forças Armadas ⁶	24	28	24	34
Igrejas ⁷	41	60	39	66

Fonte: Nupesal (2015; 2019)

N 2015= 378; N 2019= 625.

$q^1_{2015} => 0,05$; $q^1_{2019} => 0,05$; $q^2_{2015} => 0,05$; $q^2_{2019} => 0,05$;
 $q^3_{2015} => 0,05$; $q^3_{2019} => 0,05$; $q^4_{2015} => 0,05$; $q^4_{2019} => 0,05$;
 $q^5_{2015} => 0,05$; $q^5_{2019} => 0,05$; $q^6_{2015} => 0,05$; $q^6_{2019} = 0,016$;
 $q^7_{2015} = 0,01$; $q^7_{2019} = 0,000$.

Há diferença de valores entre os jovens socializados de forma tradicional ou digital. Os jovens socializados por agentes tradicionais apresentam menores níveis de desconfiança 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 desconfiança interpessoal e institucional são elevados e não apresentam grandes variações entre os jovens socializados por mídias digitais, indicando que esse indicador parece estar relacionado com a transmissão intergeracional de valores (MOISES, 2008; 2010; BAQUERO, 2013) e não com a integração das mídias digitais à juventude.

6 CONCLUSÃO

A cultura política de uma sociedade é mantida, cultivada ou modificada no processo de socialização política, compreendido 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). Ponderando 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 desconfiança, interesse ou apatia por política.

Os resultados indicam a reprodução intergeracional de uma cultura política híbrida de apoio à democracia acompanhada de baixos níveis de interesse, participação política e social, confiança interpessoal e institucional. A manutenção dos valores predominantes está acompanhada de importantes variações de acordo com o tipo de socialização política desses indivíduos.

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 autossocialização 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 a constituição de uma cultura política não participativa (BAQUERO, 2013; MOISÉS, 2010), mesmo que se perceba uma tendência de maior engajamento nas formas não convencionais de participação.

A baixa participação pode ser reflexo do alto índice de desconfiança interpessoal e institucional. Assim como verificado na participação, jovens socializados por mídias digitais não apresentam decréscimo nos níveis de desconfiança. Essa constatação reforça a concepção de que esse fator está mais relacionado com

o processo de transmissão de valores intergeracionais (EASTON, 1965; MOISES, 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).

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 com aqueles socializados por agentes tradicionais de socialização política é parcialmente confirmada. Comparados 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 a eficácia política desses meios, 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, concluiu-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 atravanca a consolidação de uma democracia participativa no país, como já afirmava Baquero (2013).

REFERÊNCIAS

- 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, Gabriel; VERBA, Sidney. *The Civic Culture: Political attitudes and democracy in five nations*. Boston: Little, Brown, 1965.
- 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. Disponível em: <https://www.dhi.ac.uk/san/waysofbeing/data/citizenship-robson-anduiza-2009.pdf>. Acesso em: 28 out. 2020.
- AYRES PINTO, Danielle Jacon; MORAES, Isabela. As mídias digitais como ferramentas de manipulação de processos eleitorais democráticos: uma análise do caso Brexit. *Revista de Estudios Sociales* [online],

- n.74, p.71–82, out. 2020. Disponível em: <https://journals.openedition.org/revestudsoc/48686>. Acesso em: 30 nov. 2020.
- BAQUERO, Marcello. Construindo uma outra sociedade: o capital social na estruturação de uma cultura política participativa no Brasil. *Revista de Sociologia e Política*, 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. *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. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/ES0101-73302016166022>. Acesso em: 05 set. 2020.
- BAQUERO, Marcello. Apresentação. In: Marcello Baquero. (org.). *A juventude e os desafios da construção democrática no Brasil*. 1. ed. 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. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/ES0101-73302016166022>. Acesso em: 17 set. 2020.
- 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. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-62762011000200004>. Acesso em: 22 set. 2020.
- 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.
- 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*. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Instituto de Filosofia e Ciências

Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, 2017.

- BICCA, Renato Dutra. *Socialização juvenil, cultura e sub-representação política feminina no Brasil*. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Sociais) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, 2017.
- BORBA, Julian. Participação política: uma revisão dos modelos de classificação. *Sociedade e Estado*, Brasília, v. 27, n. 2, p. 263–288, mai.-ago. 2012.
- 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, Manuel. *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. Disponível em: <https://www.andrewchadwick.com/s/6nwcll4ai5yi8oy9thejlg0vt5grxx>. Acesso em: 06 set. 2020.
- 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. Disponível em: <http://www.aejmc.org/home/wp-content/uploads/2012/09/Journalism-Quarterly-1970-Chaffee-647-66.pdf>. Acesso em: 06 set. 2020.
- CHANDLER, Daniel; MUNDAY, Rod. *A dictionary of media and communication*. New York: Oxford University Press, 2011.

- CONWAY, Mary Margaret *et al.* The news media in children's political socialization. *Public Opinion Quarterly*, v. 45, n. 2, p. 164–178, jul. 1981. Disponível em: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.841.3120&rep=rep1&type=pdf>. Acesso em: 02 set. 2020.
- DAHL, Robert A. *Polyarchy: participation and opposition*. New Haven: Yale University Press, 1971.
- 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*. Boston: Little, Brown and Company, 1969. Disponível em: <https://doi.org/10.1017/S0003055400263442>. Acesso em: 01 out. 2020.
- 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. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0101-73302007000300022>. Acesso em: 03 out. 2020.
- 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. 1ª reimpr. *São Paulo: Editora da Universidade Federal de São Paulo*, 2013.
- 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. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/1953873>. Acesso em: 07 dez. 2020.
- 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.
- 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. Disponível em <<https://www.jstor.org/stable/421752>>. Acesso em: 07 dez. 2020.
- FUKS, Mario. Efeitos diretos, indiretos e tardios: trajetórias da transmissão intergeracional da participação política. *Lua Nova*, São Paulo, n. 83, p. 145–178, 2011. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0102-64452011000200006>>. Acesso em: 13 nov. 2020.
- 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. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0104-62762012000100005>>. Acesso em: 13 nov. 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*. 1. ed. Porto Alegre: Escritos, 2018, p. 111–134.
- 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.
- 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, Joan 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. Disponível em: <<https://www.jstor.org/stable/1961756>>. Acesso em: 30 out. 2020.
- INNIS, Harold A. Industrialism and cultural values. *The American Economic Review*, v. 41, n. 2, p. 201–209, maio 1951.

- 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. *História, Ciências, Saúde*, Manguinhos, v. 22, p. 1573–1596, dez. 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-59702015000500003>. Acesso em: 05 nov. 2020.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34, 1999.
- LÉVY, Pierre. *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, maio 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/op/v10n1/20319.pdf>. Acesso em: 13 dez. 2020.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. *Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes e redes*. Petrópolis: Editora Vozes Limitada, 2014.
- 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. Disponível em: <https://doi.org/10.22201/cisan.24487228e.2019.2.381>. Acesso em: 07 jan. 2020.
- MILBRATH, Lester W. *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. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, v. 23, n. 66, p. 11–43, fev. 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-69092008000100002>. Acesso em: 13 set. 2020.
- MOISÉS, José Álvaro. Os significados da democracia segundo os brasileiros. *Opinião pública*, Campinas, v. 16, n. 2, p. 269–309, nov. 2010.
- MOISÉS, José Álvaro. Political discontent in new democracies: the case of Brazil and Latin America. *International Review of Sociology*, v. 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*. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Instituto de Filosofia e Ciências

Humanas. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, 2017.

MORAIS, Jennifer Azambuja de; BAQUERO, Marcello. Emergência e institucionalização da intolerância política como valor político numa cultura híbrida. In: BAQUERO, Marcello. (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. Disponível em: <https://www.upo.es/revistas/index.php/ripp/article/view/1856>. Acesso em: 13 nov. 2020.

MUSITU, Gonzalo. Socialización familiar y valores en el adolescente: un análisis intercultural. *Anuario de psicología*, Barcelona, v. 31, n. 2, p. 15–32, 2000. Disponível em: <https://revistes.ub.edu/index.php/Anuario-psicologia/article/view/8854>. Acesso em: 20 set. 2020.

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

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. In: CONFERÊNCIA DO 75º ANIVERSÁRIO. *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, Peter. (ed.). *The Internet, democracy, and democratization*. London: Frank Cass, 2000.

NUPELAL. 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.

NUPELAL. Núcleo de Pesquisa sobre a América Latina. *Banco de dados: Pesquisa com jovens em Porto Alegre*. 2019.

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

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

- 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.
- SANGIRARDI, Pedro. Comunicação política digital e comportamento eleitoral: considerações sobre a hipótese de revalidação da teoria dos efeitos limitados. *In: 7º SIMPOSIO NACIONAL DA ASSOCIACAO BRASILEIRA DE CIBERCULTURA. Anais [...]*. Curitiba, 2013.
- SCHERER-WARREN, Ilse. Manifestações de rua no Brasil 2013: encontros e desencontros na política. *Caderno 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*. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, 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.
- SUNSTEIN, Cass. *Echo Chambers*. Princeton: Princeton University Press, 2001.
- VASCONCELOS, Camila de. *A formação da cultura política dos jovens: a influência das redes sociais em contextos socioeconômicos desiguais*. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, 2019.
- 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, maio/ago. 2020. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/01031813715891620200520>. Acesso em: 13 nov. 2020.

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