

FACULDADE CÁSPER LÍBERO
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO

ANDRÉ PETRICK FLOR SOUZA SILVA

**JUVENTUDES UNIVERSITÁRIAS EM SÃO PAULO E A INFORMAÇÃO
POLÍTICA NAS PLATAFORMAS DIGITAIS**

SÃO PAULO - SP

2022

ANDRÉ PETRICK FLOR SOUZA SILVA

**JUVENTUDES UNIVERSITÁRIAS EM SÃO PAULO E A INFORMAÇÃO
POLÍTICA NAS PLATAFORMAS DIGITAIS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu - Mestrado em Comunicação – da Faculdade Cásper Líbero, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação, Área de Concentração: Comunicação na Contemporaneidade, Linha de Pesquisa: Tecnologia, Organizações e Poder, sob orientação da Prof.^a Dr.^a Marli dos Santos.

SÃO PAULO - SP

2022

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Biblioteca Prof. José Geraldo Vieira

Silva, André Petrick Flor Souza

Juventudes universitárias em São Paulo e a informação política nas plataformas digitais / André Petrick Flor Souza Silva.
São Paulo, 2022.

98p. : il. 30 cm.

Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade Cásper Líbero, 2022.

Orientador: Profa. Dra. Marli dos Santos

1. Comunicação. 2. Informação jornalística. 3. Juventudes. 4. Política. 5. Plataformas digitais. I. Santos, Marli dos. II. Faculdade Cásper Líbero, Mestrado em Comunicação. III. Título.

CDD 302.23

Bibliotecária responsável: Ligia Cristina dos Santos Nunes - CRB 8/6923

ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

AUTOR: ANDRÉ PETRICK FLOR SOUZA SILVA

“JUVENTUDES UNIVERSITÁRIAS EM SÃO PAULO E A INFORMAÇÃO POLÍTICA NAS PLATAFORMAS DIGITAIS”



Documento assinado digitalmente
MARIA CRISTINA GOBBI
Data: 12/12/2022 15:52:57-0300
Verifique em <https://verificador.iti.br>

Profa. Dra. Maria Cristina Gobbi
Universidade Estadual Paulista – UNESP



Documento assinado digitalmente
MICHELLE PRAZERES CUNHA
Data: 12/12/2022 14:39:07-0300
Verifique em <https://verificador.iti.br>

Profa. Dra. Michelle Prazeres Cunha
Faculdade Cásper Líbero - FCL



Documento assinado digitalmente
MARLI DOS SANTOS
Data: 01/12/2022 13:25:52-0300
Verifique em <https://verificador.iti.br>

Profa. Dra. Marli dos Santos
Faculdade Cásper Líbero - FCL

Data da Defesa: 11 de novembro de 2022.

*Dedico essa dissertação às mulheres mais especiais e pacientes da minha vida,
minha mãe, noiva, tias e avó, pois, sem elas, nada disso seria possível.*

AGRADECIMENTOS

De início, gostaria de agradecer aos responsáveis pela trajetória de concretização deste mestrado. Em especial, aos amores da minha vida, a quem dedico essa pesquisa, sem as quais nada disso seria possível. Minha mãe, Fátima Flor, que sempre me incentivou a continuar estudando e me deu todo suporte para que eu conseguisse seguir meus sonhos. A minha noiva, Luyza Andresa, que transformou minha vida, prestou todo apoio e ajuda necessários, além de ficar ao meu lado durante inúmeras noites em que passei estudando. Minhas tias Luzinete Flor e Maria Inês, e minha avó, Rosa Venditelli.

Agradeço imensamente a minha orientadora, Prof.^a Dr.^a Marli dos Santos, pela imensa paciência, compreensão, palavras de apoio, e todos os ensinamentos. Muito obrigado por acreditar em mim e no meu projeto. Serei sempre grato por todo seu suporte!

Ao Prof. Dr. Marcelo Santos, por ter me apoiado desde o início, semeado meu interesse profundo pelo conhecimento. A quem agradeço a oportunidade de fazer parte do grupo AlgoritmCOM, ao qual presto outro agradecimento através dos colegas Lidi, Bruno, Renato, Marciliano, Keite, Ricardo, Victor, Vanessa e Kaluan.

Muito obrigado aos professores e professoras da Cásper Líbero por todos os conhecimentos transmitidos, pelos inesquecíveis ensinamentos, e pelas experiências proporcionadas ao longo dessa jornada.

Também agradeço aos meus colegas da Faculdade Cásper Líbero, em especial à Vanessa Spirandeo, que tanto me ajudou e apoiou, dentro e fora do mestrado, além dos queridos Abner Augusto e Nara Borges.

“Para Sócrates, era importante encontrar um fundamento seguro para o nosso conhecimento. Acreditava que esse fundamento residia na razão humana. Devido à sua forte convicção na razão humana, ele era um racionalista. ‘O verdadeiro conhecimento leva a agir corretamente’.”

Jostein Gaarder

RESUMO

Esta dissertação tem como tema o jovem universitário que estuda em instituições do Estado de São Paulo, e sua relação com o debate político institucional por meio das plataformas digitais. Selecionando o método empírico como principal meio de investigação, foram aplicados questionários e entrevistas com jovens de 18 a 24 anos, com o intuito de conhecer o que sabem e pelo que se interessam, principalmente no que se refere a questões políticas. O objetivo geral do estudo é identificar de que maneira os jovens, mais especificamente uma parcela dos que estudam no Estado de São Paulo, utilizam as redes sociais como ferramenta de participação política digital. A pesquisa apresenta conceitos sobre as juventudes e suas relações com a política, além de abordar as características das plataformas digitais que moldam comportamentos e influenciam questões essenciais da sociedade contemporânea. Observa-se, ao final, que os jovens participantes da pesquisa se interessam e discutem política nas redes sociais, buscam checar as informações que acessam pelas redes sociais em meios de comunicação mais tradicionais, mas apresentam um conhecimento superficial da política e de como operam as plataformas digitais.

Palavras-chave: Comunicação, Informação jornalística, Juventudes, Política, Plataformas Digitais

ABSTRACT

The present essay focuses on the university students attending classes in the State of São Paulo, as well as their relationship with the institutional political debate through digital platforms. Using empirical research as the main investigation methodology, students between 18 and 24 years old answered to questionnaires and participated in interviews aimed at knowing what they know and want to know, especially in terms of political issues. The purpose of the essay is to understand how this audience, specifically a part of those studying in the State of São Paulo, use social media as a digital tool for political engagement. The research introduces concepts about young people and their relationship with politics, in addition to the characteristics of the digital platforms shaping behaviors and affecting key issues in current society. At the end, one may see the research participants like and talk about politics on social media, search for further information on more traditional communication media, but are superficially aware of politics and how digital platforms work.

Keywords: Communication, Journalistic information, Young people, Politics, Digital

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
CAPÍTULO 1 – JUVENTUDES E POLÍTICA	15
O jovem rebelde.....	17
Juventudes Contemporâneas.....	20
Juventudes brasileiras e lutas políticas	23
O jovem no cenário político contemporâneo.....	26
Juventudes Conectadas	29
CAPÍTULO 2 – CULTURA DA CONECTIVIDADE NA JUVENTUDE	34
Inteligências artificiais.....	37
Mudanças Culturais	40
Esfera Pública Automatizada.....	42
Zero Rating	43
CAPÍTULO 3 – METODOLOGIA E RESULTADOS DA PESQUISA	48
CONSIDERAÇÕES FINAIS	53
REFERÊNCIAS.....	53

INTRODUÇÃO

Como estar presente na sociedade sem se impressionar com os avanços tecnológicos obtidos pela humanidade? A cada dia, nossa vida parece tornar-se mais híbrida, e com a possibilidade de realizar inúmeras tarefas por meio de *smartphones*, tudo vai se tornando, aparentemente, mais rápido e efêmero. Inovações trazidas por grandes companhias tecnológicas trouxeram transformações sem precedentes, e nos apropriamos da tecnologia que alterou nossos modelos de vida, o que nos faz refletir e discutir sobre seus impactos sociais.

Fornecemos livremente uma quantidade imensurável de dados pessoais para a indústria da tecnologia em troca de seus serviços, muitas vezes, sem termos a mínima consciência do valor das informações particulares que cedemos. Consentimos com os termos de uso das plataformas sem compreendermos, com clareza e amplitude, sua importância. Passamos a usufruir de serviços oferecidos globalmente que, por vezes, foram acusados de roubar dados, faltar com transparência e manipular.

Meu interesse pelo estudo da comunicação nas plataformas surgiu próximo às eleições presidenciais norte americanas de 2016, quando comecei a questionar o poder de influência das redessociais em questões políticas. Observei que um ambiente criado com a promessa de democratização e geração de conexões tornou-se um meio polarizado, repleto de informações inverídicas e discussões políticas nocivas. Porém, o pior de utilizar as plataformas, é realizar a tarefa constante e complexa de conseguir distinguir, em diversos assuntos além dos relacionados à política, o que se trata de verdade ou mentira.

Segundo Diamandis (2018, p. 23), “vivemos em uma era do progresso exponencial na qual a tecnologia acelera de maneira vertiginosa, dobrando seu potencial de maneira regular”. O progresso obtido é responsável por trazer avanços frequentes em diversas áreas, tais como computadores, robôs, inteligência artificial, biotecnologia, nanotecnologia, etc. Tudo passou a se desenvolver com extrema rapidez. A velocidade com a qual as tecnologias avançam, muitas vezes, não são acompanhadas pelo desenvolvimento social, que precisa primeiro compreender e depois se adaptar aos novos modelos ditados pela inovação.

Os mais otimistas creem que essas transformações tecnológicas poderão trazer um futuro melhor e mais próspero. O próprio Diamandis (2018) acredita que podemos

transformar o mundo em um lugar cheio de oportunidades, e em seu livro, comentam base no que há de mais avançado tecnologicamente, as possibilidades de transformar os maiores problemas do mundo em oportunidades, inclusive de negócios, e impactar a vida de bilhões de pessoas.

Porém, como toda moeda possui duas faces, há também quem diga e critique os rumos tomados pelas tecnologias e plataformas. Os impactos sociais são notórios, nossa maneira de nos informar, comunicar, e votar - tudo foi modificado. Apesar de ainda não ser possível afirmar com clareza a dimensão dos impactos sociais causados pelas plataformas, é crível que sua arquitetura programável pode ser utilizada tanto em prol da democracia quanto contra, sendo a falta de transparência das empresas um aspecto recorrente.

Em meados da década de 2010, ficou difícil permanecer otimista quanto ao papel da rede em organizar uma esfera pública digital nova e criticamente relevante. Vultosos lucros passam a emergir de uma publicidade digital centralizada em duas empresas, Google e Facebook, que possuem 75% dos US\$ 73 bilhões deste mercado nos Estados Unidos. Estas empresas, a partir de agora nomeadas de agentes intermediários digitais, visam a obtenção de lucro emantêm secretos os seus algoritmos de seleção e disponibilização de feeds de notícias e resultados de busca. A prometida riqueza das redes foi substituída por uma sociedade de segredos (black box society) na qual trolls, bots e até mesmo governos internacionais autoritários produzem a distorção das informações no Twitter, Facebook, Google News, Reddit e outros sites de redes sociais digitais (PASQUALE, 2017, p. 17).

Esse ambiente digital complexo criado para além do monopólio de grandes conglomerados de empresas de tecnologia dificulta o trabalho de identificar e mensurar os impactos das plataformas digitais na política. Tendo em vista esse cenário, o objetivo dessa pesquisa pautou-se em buscar respostas para a seguinte pergunta: **Como as plataformas digitais podem contribuir no interesse de jovens de São Paulo pelo debate político institucional?**

A pergunta visa investigar como uma parcela específica de jovens se comporta no ambiente digital, o que desperta seu interesse pelo debate político, e o que poderia afastá-los, além de compreender a maneira por meio da qual se informam sobre assuntos políticos. Dados da pesquisa desenvolvida pelo Digital News Report (2019), do Reuters Institute, afirmam que mais da metade dos brasileiros utilizam sites de redes sociais e aplicativos como fonte principal de informação. Whatsapp e Facebook lideram o ranking como as plataformas mais utilizadas no consumo de notícias no país, seguidos por Youtube e Instagram. O volume de leituras de notícias online por parte dos brasileiros já ultrapassou a média daqueles que obtêm notícias através da televisão e por meios impressos. (RUIZ, 2019).

O objetivo geral do estudo é identificar de que maneira os jovens, mais especificamente uma parcela da juventude universitária paulistana entre 18 e 24 anos, utilizam as redes sociais como ferramenta de participação política digital. Os objetivos específicos foram investigar o interesse dos jovens pela política e seus conhecimentos relacionados ao assunto, além da maneira como se informam e se engajam em assuntos políticos.

De acordo com o Nic.br (2022), 159 milhões de brasileiros, usam redes sociais diariamente. Dentre esses, o Panorama Político, pesquisa aplicada pelo Instituto DataSenado (2022), aponta que 24% utilizam as plataformas como principal meio de informação política, sendo que a maior parcela (35% dos entrevistados) se informa por meio do Facebook.

Neste sentido, o consenso na maior parte dos grupos focais também é de que as redes sociais e portais jornalísticos são as principais fontes de notícias, principalmente entre os mais jovens. Muitos participantes entendem que essas plataformas cumprem o papel de agregador de notícias, permitindo ao usuário selecionar o que preferem ver. Avaliam também que a notícia na internet é mais ágil, mais atualizada e enxergam a internet como o meio mais isento, onde é possível ler posicionamentos diferentes sobre o mesmo fato. (INSTITUTO DATASENADO, 2022, p. 8)

A escolha dos participantes se deu com o intuito de explorar uma parcela de usuários de smartphones e plataformas no estado de São Paulo, e pelo momento de vida que atravessam, uma fase especial em que estão se construindo e afirmando seus papéis na sociedade. A escolha também se deu em função da acessibilidade a grupos de universitários do estado de São Paulo na internet. A realização da pesquisa empírica é uma maneira de conhecer um pouco mais dessa parcela de jovens, sua relação com a política e as plataformas digitais, e seu engajamento¹ no debate político

O procedimento metodológico desenvolvido para alcançar os objetivos dessa pesquisa abarcou uma metodologia empírica, com aplicação de questionário e entrevistas semiestruturadas com jovens universitários de instituições no estado de São Paulo. O questionário abrangeu perguntas sobre o perfil dos respondentes, seus hábitos de utilização de internet, conhecimentos políticos e sobre plataformas digitais.

No que se refere à pesquisa bibliográfica, necessária a todo estudo científico, foram consultadas referências relacionadas aos jovens. O levantamento bibliográfico se mostrou um caminho para compreender a relação entre jovens e política. A pesquisa bibliográfica mostrou que não há uma juventude, e sim múltiplas juventudes. Isso porque há inúmeras particularidades em diferentes contextos sociais e temporais, não havendo, assim, a

¹ O sentido de engajamento trabalhado na pesquisa se refere, segundo o Dicionário Online de Português (2022), ao ato participativo de colaborar para algum fim, além da “participação ou posição ideológica em relação a questões políticas e sociais”, buscando reunir “membros ou de pessoas interessadas em partilhar uma causa”.

possibilidade de generalizarmos.

O primeiro capítulo se propôs a expor conceitos de juventude, categoria que se mostra, historicamente, contestadora, rebelde e engajada politicamente. Entre os principais autores utilizados, Giovanni Levi e Jean Claude- Schmitt, organizadores do livro *História dos jovens – Vol. 2 – a época contemporânea* (1996), apresentam um compilado de períodos que explicam a juventude na era moderna, e a maneira como ela se constituiu. Jon Savage, em “A criação da juventude” (2009), analisa movimentos sociais e culturais de jovens que contribuíram para a criação de uma identidade e valores próprios. João Freire Filho (2006), Silvia Borelli (2009), Marli Santos (2004) e Aline Camargo (2018) também colaboram para a compreensão do tema, analisando as facetas que compõem o universo das juventudes contemporâneas.

O segundo capítulo apresenta a questão das redes sociais digitais, tão presentes na vida dos jovens, com o objetivo de explicar a maneira como sua arquitetura programável tem o potencial de transformar a comunicação e o debate político institucional dos jovens. São apresentados autores que refletem sobre plataformas digitais e seus impactos na sociedade. Jose Van Dijck (2018) e Raquel Recuero (2009) abordam o potencial do modelo das plataformas em moldar hábitos comunicacionais por meio do seu ambiente algorítmico e programável. Frank Pasquele (2017) e Eli Parisier (2011) apresentam a esfera pública automatizada e os filtros-bolha, dois temas associados e que geram impacto na curadoria algorítmica, tendo o potencial de interferir em questões políticas e sociais em grande escala.

O terceiro capítulo aborda a metodologia da pesquisa empírica na construção desta dissertação, amparado nos conceitos de Luís Mauro Sá Martino (2018), Martin W. Bauer e George Gaskell Bauer (2002) e Antônio Gil (2008), expondo a trajetória constituída. O capítulo apresenta principalmente a descrição dos resultados dos questionários e das entrevistas semiestruturadas.

CAPÍTULO 1 – JUVENTUDES E POLÍTICA

Neste capítulo da dissertação, será introduzido um panorama geral e histórico em relação às juventudes. Exprimindo a questão do desenvolvimento das diferentes juventudes ao longo da contemporaneidade, serão expostos conceitos aplicáveis na sua caracterização, perfil rebelde e contestador, a presença em lutas políticas, e sua maneira de participar do debate político digital. Com esse quadro, será possível apresentar momentos diferentes das juventudes, e compreender, em particular, sua relação com a política e as redes sociais.

1.1. Conceitos de juventude

Pesquisar conceitos de juventude é uma tarefa desafiadora. Afinal, não tratamos apenas de uma juventude, mas sim, de diversas. Mesmo que haja semelhanças entre diferentes grupos de jovens, é difícil reduzir a caracterização da juventude apenas a uma faixa etária previamente estipulada, visto que os contextos social e econômico interferem de maneira decisiva no desenvolvimento dos jovens, fazendo com que se constituam diversas juventudes em um mesmo espaço de tempo.

Cada autor tem a possibilidade de adotar diferentes perspectivas em relação a essa fase tão plural da vida. Como já dito, mesmo que a idade seja um filtro que pode ser utilizado, ela não é capaz de definir o conceito integralmente, pois causa ambivalência pela subjetividade do conceito de juventude. Autores que relacionam as juventudes apenas com o período da adolescência estariam restringindo a riqueza da sua definição. Freire Filho (2006, p.36) explica que “adolescência e juventude são conceitos complexos historicamente instáveis, definidos e representados dentro de diferentes formações discursivas que circulam, colidem e articula-se em um determinado tempo e espaço”. É o que analisa Bourdieu:

O reflexo profissional do sociólogo é lembrar que as divisões entre as idades são arbitrárias. É o paradoxo de Pareto que diz que não se sabe em que idade começa a velhice, como não sabe onde começa a riqueza. De fato, a fronteira entre a juventude e a velhice é um objeto de disputas em todas as sociedades (BOURDIEU, 1984, p. 151).

O desafio de encontrar uma resposta satisfatória em relação à definição do status jovem é também explicado por Savage (2009), que relaciona o termo *teenager* para descrever jovens entre 14 e 18 anos, e explica seu surgimento em 1944. Quando publicitários e fabricantes de produtos passaram a prestar atenção nos jovens, adotaram o termo *teenager* pelo

recente e visível aumento do poder de consumo da classe, tornando-os um público-alvo específico, pois apresentavam “rituais, direitos e exigências próprios”, e segue:

A cultura jovem do pós-guerra não é tão nova como pode parecer. Desde o último quarto do século XIX houve muitas tentativas conflitantes de imaginar e definir o status do jovem - fosse mediante esforços combinados para arregimentar adolescentes usando políticas nacionais, fosse a partir de visões proféticas, artísticas, que refletiam o desejo dos jovens de viverem segundo suas próprias regras (SAVAGE, 2009, p. 11).

Machado (2010) complementa o pensamento, explicando sobre a dualidade nas representações das juventudes com um pensamento baseado em manifestações da década de 1960. Por um lado, a indústria cultural, tentando compreender e transformar esse público em um segmento de consumidores e, por outro, os movimentos estudantis organizados, principalmente nas sociedades ocidentais, se manifestando a favor de ideais utópicos de transformação do mundo.

Uma dualidade surgida por meio de ícones culturais como James Dean, representante de um período intitulado “juventude transviada”, que firmava a imagem de uma cultura jovem rebelde e delinquente, na qual o ator era garoto propaganda de uma famosa marca de jeans. Outro simbolismo da juventude da época, que ficou marcado na história por seu caráter político e transgressor, foi o festival de música Woodstock², inserido em um contexto de efervescência cultural e influente no surgimento do movimento da contracultura *hippie*, que questionava o *american way of life*, modelo de vida baseado no consumismo.

No palco do festival Woodstock subiram jovens rebeldes que expressaram, ali, seu descontentamento em relação às políticas violentas adotadas naquele período, principalmente referente à participação dos Estados Unidos na Guerra do Vietnã. Jimi Hendrix e Janis Joplin, grandes ícones da música na época, se apresentaram no evento, porém foi o guitarrista, à época com 26 anos, que atraiu atenção com sua performance ao tocar o hino nacional norte-americano com o uso de distorções de guitarra que reproduziam sons de metralhadoras e bombas (SILVA, 2010, p. 2). Nesse contexto posterior à metade do séc. XXI, pós-guerra, o jovem posicionou-se frente “as lutas baseadas na crença de justiça social, igualdade de acesso aos bens simbólicos, as vocalizações de liberdades plurais e manifestos de resistência eram reivindicações discursivas latentes das culturas juvenis” (MACHADO, 2010, p. 65). A juventude assumia assim seu posicionamento em relação à política, mostrando-se engajada perante às decisões que iriam contra seus valores da época.

² Mais informações em: SILVA, Neves Daniel. **Festival de Woodstock**. Disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/historia-america/festival-de-woodstock.htm>. 2010

Sendo a juventude uma fase que não possui delimitação clara, mas que representa um processo de transformação e amadurecimento entre a adolescência e a fase adulta, é possível afirmar que há uma certa transformação psicossocial durante essa fase de transição. O jovem busca encontrar seu lugar no mundo, passando a fazer uma série de questionamentos, e desejando reafirmar seu posicionamento perante determinados assuntos. Machado (2010) esclarece que:

Ideias como vulnerabilidade, dependência, inconstância e ausência de pensamento crítico autônomo permeiam os debates sobre o lugar de fragilidade dos adolescentes na relação com o mundo adulto. Simultaneamente, nota-se a emergência de discursos que valorizam o lugar privilegiado que o adolescente ocupa na formação social: os movimentos de vanguarda, de resistência, a criatividade, a ousadia, os vínculos de pertencimento, a experimentação como lugar da autonomia e liberdade (MACHADO, 2010, p. 62).

De acordo com Camargo (2020), a percepção da juventude começa a se fortalecer como categoria social a partir da segunda metade do século XX, quando passa a se tornar uma preocupação do Estado e de setores sociais. Os jovens traziam preocupação devido a questões como educação, trabalho e marginalidade. “As juventudes também tiveram destaque como protagonistas do consumo de bens culturais e simbólicos no contexto da indústria cultural, a partir do avanço técnico e da expansão dos meios de comunicação.” (CAMARGO, 2020, p. 60)

A juventude é mutável, e a forma como ela se comporta é complexa e segue um padrão de comportamento específico que quase sempre é influenciado pelo ambiente social do jovem; o fator biológico é um relógio que passa a percepção de que a juventude nada mais é que uma fase com começo e fim, principalmente quando o peso da responsabilidade da vida adulta passa ser uma atribuição obrigatória, como explica Bourdieu (1984):

Para saber como ser e cortar as gerações é preciso conhecer as leis específicas do funcionamento do campo, os objetos de luta e as divisões operadas por esta luta ("nouvelle vague", "novo romance", "novos filósofos", "novos juizes", etc.). Isto é muito banal, mas mostra que a idade é um dado biológico socialmente manipulado e manipulável; e que o fato de falar dos jovens como se fossem uma unidade social, um grupo constituído, dotado de interesses comuns, e relacionar estes interesses a uma idade definida biologicamente já constitui uma manipulação evidente. Seria preciso pelo menos analisar as diferenças entre as juventudes, ou, para encurtar, entre as duas juventudes. Encontramos coisas muito semelhantes nos ditados e provérbios ou, mais simplesmente, nos estereótipos sobre a juventude, ou ainda na filosofia, de Platão e Alain que designava a cada idade uma paixão específica: à adolescência o amor, à idade madura a ambição. As relações entre a idade social e a idade biológica são muito complexas. Se comparássemos os jovens das diferentes frações da classe dominante, por exemplo, todos os alunos que entram na École Normale, na ENA, etc., no mesmo ano, veríamos que estes "jovens" possuem tanto mais dos atributos do adulto, do velho, do nobre, do notável, etc., quanto mais próximos se encontrarem do pólo do poder. Quando passamos dos intelectuais para os diretores executivos, tudo aquilo que aparenta juventude, cabelos longos, jeans, etc., desaparece.

Definir o conceito de juventude é uma tarefa complexa, posto que existem diversos

fatores com o potencial de moldar o comportamento e os pensamentos dos jovens, sendo um deles o fator social. A classe social em que o jovem está inserido influencia de maneira direta seu desenvolvimento, seja de maneira positiva ou negativa.

O comportamento das juventudes se mostra uma característica suscetível a mudanças e transformações, por estar presente em um período da vida repleto de experimentações e aprendizados.

1.2. O jovem rebelde

Como visto anteriormente, o jovem é muitas vezes associado ao termo rebeldia. Pensando na simbologia desse aspecto atribuído à juventude, foram pesquisadas sobre diferentes épocas e sua relação com características que justificassem essa assimilação. Luzzato (1996) contextualiza, em seu capítulo “*Jovens rebeldes e revolucionários: 1789-1917*”, uma série de exemplos em diferentes contextos durante os séculos XIX e XX. Carbonários franceses e italianos da década de 1820, *decabristas* russos, os estudantes e os operários nas barricadas parisienses de Julho, jovens intelectuais que assumiram a defesa do capitão Dreyfus na França dos anos 1890, e jovens membros dos Wandervogel que “agredem a burguesia guilhermina em suas tranquilas e industriosas certezas”, são exemplos citados pelo autor em sua obra.

É preciso ir a fundo para compreender porque os jovens acabam sendo precursores de “movimentos e expressões contestadoras da cultura estabelecida”. Santos (2004, p.61) explica que o primeiro choque do jovem parte ao tomar consciência de sua classe, conseqüentemente adquirindo a percepção em relação aos limites negativos impostos pela vida. Seus primeiros contatos de independência emocional acontecem quando, através das suas atitudes, é infligida certa angústia em relação às conseqüências dos seus atos, e recebendo um vislumbre do seu próprio futuro. Segundo a autora, “um primeiro momento desse choque ocorre no ambiente doméstico, no qual a família representa os valores da sociedade”.

Aconteceram também casos negativos de jovens rebeldes, como explica Luzzato (1996)., No final do século XIX, no sul de Manhattan, crianças e adolescentes excluídos do âmbito familiar eram deixados à própria sorte, e causavam inúmeros problemas sociais. Na falta de alternativas, eles se organizavam em gangues locais, cometendo crimes, e se tornando um problema de delinquência juvenil de difícil controle. Um retrato de muitos jovens da época, que eram marginalizados e, pela influência de jornais e comentaristas sensacionalistas, eram

associados a hábitos estranhos e barbáries, mas que possuíam vidas vulneráveis e degradadas. Esses acontecimentos acabaram gerando mudanças políticas nacionais nos Estados Unidos, que visavam minimizar o caos urbano e proteger essa população.

Na década de 1890, jovens como os *hooligans*³ e os Apaches⁴ exerciam toda sua liberdade e rebeldia, fazendo o que queriam e vivendo uma vida a seu modo, consumindo armas, substâncias tóxicas e roupas. O estilo de vida transgressor e um tanto delinquente mostrava-se discrepante em relação ao modelo de vida seguido por jovens de classe média ou mais abastados. Savage menciona:

Do mesmo modo que o seu vestuário extravagante chamava a atenção do público, novos tipos como os hooligans e os Apaches usavam sua aparência surpreendente como um distintivo de honra ao fazer isso, irradiavam a própria rebeldia emplumada que sua exposição estava tentando cercear. [...] Apesar da propaganda voltada para as aspirações, o seu sucesso — com raras exceções — dependia de como você nascia. Se fosse numa família de classe média aparentemente estável, tinha mais probabilidade de ter aspirações e ideais tradicionais; se fosse homem, ingressar nos negócios da família ou num emprego adequado; se mulher, fazer o melhor casamento possível, ou então, entrar para a advocacia ou a medicina. Para os rapazes, em particular, havia uma escala já pronta de sucessos a ascender; educação primária e secundária, depois a universidade e a entrada para o comércio, a indústria ou uma profissão liberal (SAVAGE, 2009, p. 52).

Para compreender melhor o impacto do conflito de classes na juventude, Santos (2004, p.62) explica que é necessário compreender a juventude dentro de seu contexto histórico-social, “no qual a integração na sociedade pode se dar de forma mais ou menos dramática, de acordo com a estrutura social total em que convivem diversas gerações ao mesmo tempo”. O impacto tanto da relação entre pais e filhos quanto da posição social a qual as famílias ocupam exerce plena interferência no desenvolvimento do jovem, que enfrenta inúmeras barreiras para se inserir na sociedade.

Segundo Luzzato (1996, p. 197), o contexto das revoluções no final do século XIX denota uma crise das hierarquias consolidadas, minada pela insatisfação da burguesia europeia. “A engrenagem articulada da instrução e do serviço militar obrigatório se reveste de uma função de disciplinamento social que compensa amplamente a desordem potencial

³ *Holligan*: Expressão utilizada pela imprensa londrina para se referir aos integrantes de gangues locais, que causavam distúrbios pelo sul da cidade. Eram associados por suas vestimentas, cometendo atos de violência e delinquência, possuíam um estilo de vida próprio e participavam de brigas territoriais.

⁴ Os Apaches eram jovens que se tornaram vilões da Paris de 1900, pertencentes a uma tribo que recrutava esse perfil em áreas pobres da cidade. Utilizavam roupas extravagantes como um paletó preto e uma camisa colorida por baixo, às vezes se utilizando de um cachecol *foulard*, além de “calças de feltro de confecção grosseira com relógios de bolso grandes... boina, tatuagens e um sarcástico ar de superioridade burguesa”.

derivada da concessão do sufrágio universal”, e o rigoroso controle da educação pedagógica, inspirado em modelos dos quartéis, impôs ao jovem uma insatisfação perante as punições arbitrárias e controle severo.

As revoluções juvenis do final do século XIX e início do século XX seguiam um padrão predecessor, caracterizado por servir aos interesses nacionais. Porém, a presença dos jovens não era hegemônica, e nem se limitava a uma determinada faixa etária, característica fundamental explicitada por Luzzato, defensor de que os reais protagonistas foram “...os rebeldes e os revolucionários, qualquer que fosse a sua idade, que sentiram-se jovens e como jovens combateram”. (LUZZATO; 1996. p. 198)

Como podemos observar, há algumas similaridades nos jovens em relação às distintas épocas, porém, há em comum que todos acabariam por ocupar um papel transformador na sociedade, seja com grandes ou pequenos avanços sociais. Independentemente de serem indivíduos indefesos tentando ocupar seu lugar na sociedade ou agruparem-se a outros jovens que partilhassem dos mesmos valores, todos estariam em busca de reivindicar seus direitos.

Ambos os jovens, dispostos a buscarem um norte para suas vidas, procuravam em seus semelhantes algo que os unisse a uma causa em comum, muitas vezes à procura de algo que os trouxesse segurança, ou que não os deixasse ‘sozinhos no mundo’. “É preciso considerar, portanto, que os jovens são capazes de produzir uma cultura autônoma, que não apenas imita o mundo adulto e as instituições tradicionais (como família, escola, igreja e Estado), mas as articula a partir de parâmetros próprios configurando novas formas de cultura” (CAMARGO, 2020, p. 35).

1.3. Juventudes Contemporâneas

A definição sobre juventudes que melhor se aproximou de um conceito concreto foi através da visão sociológica de Leccardi, que associa e relaciona o jovem ao tempo social, mostrando uma fase da vida baseada na construção de identidade, permeada por experiências e um modo singular de lidar com a temporalidade da vida. Um momento de crise, como a mesma define, “...a separação entre trajetórias de vida, papéis sociais e vínculos com o universo das instituições capazes de conferir uma forma estável à identidade” (LECCARDI, 2005, p. 49). Martin e Vitaglio (2019) também apresentam seu conceito no trecho:

A juventude esteve e está presente na história não apenas como parte, mas como

protagonista das lutas e revoluções que mudaram os rumos do mundo. É o jovem que carrega em si a qualidade do sonho do futuro cheio de expectativas, assim como um presente de grandes possibilidades. A construção de uma sociedade mais justa passa necessariamente pela organização da juventude e, é munido desses sonhos que somos capazes de agregar em torno de nós a potência necessária para enfrentar as lutas diárias. Por isso, é necessário nos atentarmos ao valor da juventude e ao seu papel transformador. É preciso fazer entender que o jovem está em todos os espaços, e por isso influencia diretamente nos rumos da sociedade em todos os seus segmentos. É através da compreensão dessa juventude, com olhar atencioso e com senso de prioridade, que transformaremos a sociedade (MARTIN E VITAGLIO, 2019. p. 7).

O psicanalista Joel Birman (apud SCHWERTNER; FISCHER; 2012; p. 402) descreve que o jovem do século XXI possui uma temporalidade própria, alterada conforme a transformação da infância e da idade adulta na atualidade, levando em conta registros biológicos, psíquicos, históricos, sociológicos e institucionais. Os adultos passaram a ter cuidados mais intensos com os filhos maiores (jovens) do que com as crianças, além do fato de que muitos núcleos familiares seriam monoparentais.

Da mesma forma como o jovem passa a construir sua identidade, pensa também no mundo em que deseja viver no futuro, e é essa identidade que vai se construindo em uma fase cheia de perspectivas e incertezas. É durante as juventudes que surgem os maiores vislumbres em relação ao mundo, no qual jovens começam a estruturar o caminho pessoal a ser percorrido, a fim de realizar os planos de vida que vão sendo criados em sua mente (FREIRE FILHO, 2007).

É na juventude que os indivíduos iniciam e processam suas inserções nas diversas dimensões na idade adulta (na constituição de famílias, no mundo do trabalho e nos espaços de cidadania). Assim sendo, na etapa da juventude se definem possibilidades e impossibilidades de inserção na vida produtiva e social, de desenvolvimento de projetos pessoais e sociais (BRASIL. SECRETARIA NACIONAL DE JUVENTUDE, 2014, p. 14).

Assim, considerando a perspectiva de Santos (2004), o sentido da juventude está atrelado à manutenção ou renovação do presente no futuro, mas que se molda de acordo com os interesses da sociedade. “No mundo adulto se cristalizam os valores sociais e culturais hegemônicos, e eles balizam as perspectivas de futuro do jovem” (SANTOS, 2004. p. 74). Essa relação com a temporalidade é importante de ser discutida, mas não é a única força capaz de alterar o curso do indivíduo, pois estamos falando de um período volátil, cheio de pressões e tensões da sociedade. Para a autora, o jovem constrói sua resistência perante a vida real engendrada no cotidiano.

A identidade pessoal do jovem vai se construindo nesse aparato de forças exercidas sobre ele, surgindo, nesse momento, um dos maiores questionamentos da vida, conforme Leccardi

(2005): “o que quero ser?”. Para a pesquisadora, essa identidade é acompanhada das experiências do presente, construída em relação a uma projeção próprio tempo vindouro, que adquire sentido pelo passado, e tolerada por eventuais frustrações. Porém, não é apenas o desejo de vir a ser algo, ou as experiências de vida, que constroem seu ser social. Outro fator importante de ser ressaltado é a classe social a qual o jovem pertence, que contribui de maneira expressiva nas experiências vividas pelo indivíduo, e acaba por aproximá-lo ou afastá-lo dos seus sonhos e desejos. Um jovem que possui um núcleo familiar bem estruturado, e acesso a boa educação, com certeza terá mais oportunidades do que aqueles que fazem parte de minorias, ou acabam sendo excluídos da sociedade por algum motivo (MARTIN; VITAGLIO, 2019).

Aqueles que fazem bom uso dos recursos que têm acesso, culturais, sociais e econômicos, podem conseguir responder com mais facilidade à pergunta sobre o que gostariam de ser, e não estariam entregues somente à própria sorte. Essa construção biográfica pode gerar a tensão de um “futuro sem projeto” (LECCARDI, 2005, p. 51) naqueles que não são tão beneficiados por privilégios entregues a apenas uma parcela minoritária. Esse ambiente desprovido de grandes expectativas acaba mostrando um futuro fora do controle, anulado ou apagado, fazendo o jovem viver o próprio presente sem fascínio.

A maior parte dos jovens, moços e moças, em resposta às condições sociais de grande insegurança e de risco, encontra refúgio sobretudo em projetos de curto ou curtíssimo prazo, que assumem o “presente estendido” como área temporal de referência. Reagem ao “tempo curto” da sociedade da aceleração com projetos *sui generis*, que se expressam sobre arcos temporais mínimos e que, por isso mesmo, parecem extremamente maleáveis. Em alguns casos, parecem configurar-se essencialmente como uma reação à inquietação que a própria ideia de futuro evoca; em outros, assumem as características de formas projetivas marcadas pela concretude – em geral ligadas à conclusão positiva de atividades já iniciadas – capazes de responder tanto à necessidade de assenhorear-se do tempo biográfico em um ambiente veloz e incerto, como à pressão social por resultados a curto prazo. (LECCARDI, 2005, p. 52)

É nessa convergência de fatores que poderíamos compreender a associação da juventude com a rebeldia, quando o jovem não quer ou não consegue aceitar que ele não poderia ser o que quisesse, tendo que se resignar a viver uma vida imposta por fatores externos. Os jovens que não possuem as mesmas condições dos privilegiados socialmente sentem o peso dessa desigualdade, sentindo revolta da própria situação.

A rebeldia também pode ser associada à privação da construção da identidade do indivíduo. O jovem consegue ter consciência do seu estado social, sabendo pormenores da posição que ocupa na sociedade. São, principalmente, fatores econômicos e sociais que limitam seus desejos, e a educação de base oferecida pelo Estado é vista como inferior em comparativo aos que possuem mais recursos financeiros para acessarem boas escolas, colocando um grande

abismo na hora de decidirem em qual faculdade desejam ingressar. Longe de uma boa educação e sem assistência pública, eles ficam cada vez mais distantes de darem um passo rumo a sua independência, reféns de uma vida com oportunidades limitadas, e alcançar seus sonhos se torna cada vez mais difícil. Bourdieu (1984, p. 154), explica que:

Pode-se estar muito bem no sistema escolar para não fazer parte do mundo do trabalho, sem, no entanto, estar tão bem para encontrar um trabalho em função dos títulos escolares. (Este é um velho tema da literatura conservadora de 1880, que falava dos bacharéis desempregados já temendo os efeitos da ruptura do círculo das chances e aspirações e suas possíveis decorrências). Pode-se estar situado de forma muito infeliz no sistema escolar, sentir-se completamente estranho a ele e apesar de tudo participar desta espécie de sub-cultura escolar, dos grupos de alunos que se encontram nos bailes, que têm um estilo de estudantes, que estão suficientemente integrados nesta vida a ponto de se sentirem afastados de suas famílias (que eles já não compreendem e que não lhes compreendem mais. "Com as oportunidades que eles têm!") e, por outro lado, ter uma espécie de sentimento de confusão, de desespero, diante do trabalho. De fato, esta separação em relação ao próprio círculo é acompanhada, apesar de tudo, pela descoberta confusa daquilo que o sistema escolar promete a alguns; a descoberta confusa, mesmo através do fracasso, de que o sistema escolar contribui para reproduzir os privilégios.

Através das mobilizações políticas, o jovem consegue reivindicar seus direitos, lutar por uma sociedade mais justa e igualitária, não aceitando o modelo imposto que favorece apenas alguns em detrimento de outros. A juventude possui um caráter político, pois está se constituindo em paralelo com o seu despertar social, passando a compreender e questionar o *status quo*.

1.4. Juventudes brasileiras e lutas políticas

A juventude brasileira tem um histórico de lutas políticas, e Machado (2010) ressalta a importância das manifestações protagonizadas pela mobilização jovem na década de 1960. Movimentos estudantis organizados em defesa de ideais utópicos de transformação do mundo que dominaram a cena nas sociedades ocidentais, revelando o potencial político do engajamento e das disputas entre as ideologias de base capitalista e os modelos da socialdemocracia, de acordo com Freire Filho (FREIRE FILHO, 2006, p. 42) “os jovens lutavam pela crença na justiça social, igualdade de acesso aos bens simbólicos, vocalizações de liberdades plurais e manifestos de resistência eram reivindicações discursivas latentes das culturas juvenis”.

Para Borelli (2009), o ano de 1964 foi um marco de ruptura política devido ao início do regime militar, caracterizado pelo golpe de estado, e que impôs uma nova lógica para atuações sociais. A juventude combateu a ditadura militar e ocupou seu espaço na cena

política através dos movimentos estudantis, dos trabalhadores, atividades dos partidos políticos e movimentos da contracultura.

Ainda de acordo com os pesquisadores, a capacidade da juventude de mobilizar e resistir, com foco de atividade revolucionária, passou a ser combatida e controlada pelos governos militares. Nessa época, os jovens aparecem como protagonistas de ações culturais significativas, marcando este período no país de forma emblemática em sua história. Porém, é necessário ressaltar que o segmento juvenil, que se fazia presente nesse tipo de movimento, era restrito a uma determinada classe, sobretudo, parte de uma camada da população com acesso ao ensino médio e universidades, pertencentes a classe média e alta.

Maheirie (2013) aponta que, posteriormente, nos anos setenta, houve um esvaziamento do campo político por parte da juventude. Foi vivida uma certa apatia política em comparação com os anos de efervescência presenciados na década anterior, caracterizando-se como um período de “tempos de vazio político e cultural, de carência de participação, de ausência de projetos de intervenção e de projeção para o futuro, marcos históricos imprescindíveis na caracterização da década anterior” (apud Borelli et al., 2009, p. 379).

Após o final do regime ditatorial, é iniciado um novo processo de redemocratização do país, no qual, Borelli, Rocha, Oliveira, Rangel, Lara (2009, p. 15) explicam que “a sociedade civil organizada inicia movimentos por políticas públicas que atendessem principalmente as parcelas da população jovem que viviam em situações de vulnerabilidade ou risco social”. A sociedade passa a prestar mais atenção nos jovens ignorados ou marginalizados, e consegue obter um feito inédito:

A grande conquista dos movimentos sociais nesse sentido é registrada pela nova Constituição Federal Brasileira, promulgada em 1988 onde, pela primeira vez, é expresso o reconhecimento do “jovem” como ente social e político, detentor de direitos. Outro fruto destas pressões sociais foi a promulgação do Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA, em 1990. O Estado assume a tarefa de incluir socialmente o jovem e de descriminalizá-lo (BORELLI; ROCHA; OLIVEIRA; RANGEL; LARA. 2009, p. 15).

Na década de noventa, houve outro cenário que colocou os jovens como protagonistas: o movimento dos caras-pintadas. O movimento de caráter estudantil que, segundo Quintão (2010), foi uma espécie de “porta-voz” em favor do impeachment do presidente Fernando Collor junto à esfera pública, mas que também obteve apoio de outras entidades civis que possuíam o mesmo objetivo. As manifestações do “Fora – Collor” se tornaram emblemas da participação popular, e ganharam esse apelido pela adesão de estudantes que faziam suas reivindicações com as caras pintadas durante as passeatas.

Já as manifestações de junho de 2013 possuem um caráter que as diferencia das demais, não apenas pela mobilização jovem, mas pela forma como ganharam força através das redes sociais digitais. Um movimento iniciado pelo Movimento Passe Livre (MPL) contra o aumento da tarifa de transporte coletivo na cidade de São Paulo, mas que, pela repercussão e violência de repressão, ganhou mais força e se espalhou por inúmeras cidades de todo país.

Um dos fatores imprescindíveis para o movimento ter ganhado tanta notoriedade se deve à cobertura realizada por meio das redes sociais digitais. Segundo Peruzzo (2013), redes sociais como Instagram, Facebook, Twitter etc., além de se constituírem como fonte de informação e arena de debate, também serviram como ferramenta para promover e articular encontros com data e hora marcada.

A juventude é, e historicamente tem sido, bastante idealista e, muitas vezes, quer mudar o mundo, o sistema político e relações do cotidiano. Isso não é novo, apesar de nem sempre ter tido visibilidade [...] Hoje, uma das diferenças está na convocatória pelas redes sociais virtuais, o que trouxe o povo para rua quase em tempo real, ampliando o número de manifestantes e os locais de protestos (WARREN apud CAMARGO, 2018, p.112).

Durante as manifestações, os smartphones com câmeras, e conectados à rede de internet, foram utilizados para transmitir o que acontecia nas ruas em tempo real. Todo conteúdo era depositado nas redes sociais, sendo replicado por inúmeras pessoas e revendo a maneira das emissoras fazerem notícia, pois as próprias não estavam sendo capazes de transmitir com a mesma eficiência.

A mobilização política adquiriu novas ferramentas e, por meio das redes sociais, se tornou mais fácil encontrar grupos políticos com a mesma identidade, sendo possível expressar opinião política, consumir conteúdos e transmitir tudo o que acontece durante as manifestações. Essa facilidade de conexão entre usuários com os mesmos ideais permite que tanto jovens como qualquer outra pessoa saiam do ambiente digital para manifestações físicas e encontros que lutam por determinada pauta.

É interessante observarmos que o Brasil possui um histórico de mobilização política, em partes, devido ao protagonismo da juventude, caracterizada por um perfil contestador e rebelde. Jovens que, insatisfeitos com os rumos políticos do país, criaram meios de se organizar para lutar a favor da justiça social, mantendo-se firmes mesm durante períodos repressivos como a ditadura militar.

1.5. O jovem no cenário político contemporâneo

O estudo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, IBGE (2021), informa que

os jovens entre 15 e 29 anos correspondem a 23% da população brasileira, somando mais de 47 milhões de pessoas. Essa parcela significativa apresenta comportamentos específicos na contemporaneidade, sendo possível observar isso através da pesquisa Juventudes e Conexões, realizada pela Fundação Telefônica Vivo em parceria com a Rede Conhecimento Social e IBOPE Inteligência (2019), que apresenta hábitos de jovens na era digital, possibilitando enxergar suas diversidades, hábitos e costumes.

O estudo também apresenta um contexto que faz paralelo a alguns dados da pesquisa realizada pela TIC Domicílios (2022), que apresenta o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros. Também é possível considerar que o acesso da população à tecnologia por grau de instrução alcançou uma maior democratização em relação às edições anteriores, referentes a 2013, 2015 e 2017. Em 2013, três de cada dez pessoas com ensino fundamental eram conectadas; em 2017, passaram a ser cinco de cada dez. Já em relação ao ensino superior, o número passou de 93% para 95% no mesmo período.

Os jovens entrevistados na pesquisa da Fundação Telefônica Vivo (2019, p.54) tem a percepção de que “estar conectado” estaria associado simultaneamente com “construção de realidades com impactos positivos”, “visão de mundo”, “defesa de direitos”, e “equidade (acesso a todos)”. Entre os jovens, 98% usam smartphone para acessar a internet, permitindo que realizem suas atividades em qualquer lugar e a qualquer momento, e quando estão longe de seus aparelhos, reproduzam sentimentos negativos intensos como “agonia, ansiedade, solidão, decepção, medo de precisar e não ter”. Porém, o que pode vir a se tornar um vício faz com que os jovens também apresentem sintomas de alívio quando estão longe de seus aparelhos smartphones, “desde que não estejam precisando de algo: documento, informação, localização, transporte etc.”.

O Tribunal Superior Eleitoral (2021) expõe números que caracterizariam uma baixa adesão dos jovens em relação à participação política: “menos de 2% dos eleitores jovens até os 24 anos se interessaram em se unir a alguma agremiação partidária brasileira”. Sendo os eleitores jovens da faixa etária de 16 a 24 anos representantes de uma parcela de 13,28% do total de eleitores no Brasil, apenas 1,86%, ou 302.501 de pessoas, são filiadas a partidos políticos.

Okado (2013), traz luz ao debate sobre o comportamento político do jovem. De acordo com sua pesquisa, há um efeito curvilíneo entre interesse por política e idade. “A tese clássica sobre ciclos de vida é a de que os recursos materiais e cognitivos relacionados a participação, bem como os vínculos sociais, se acumulam no decorrer do tempo”, o que faz com que o jovem se interesse mais por política gradativamente, conforme adquire maior nível

educacional e se torna adulto, havendo um declínio na terceira idade devido à perda de vínculos sociais.

Em sua pesquisa, Okado (2013, p. 41) analisa jovens de diferentes faixas etárias durante períodos entre 1995, 2000 e 2005, exprimindo que o interesse político começa relativamente baixo na faixa etária correspondente entre 15 e 19 anos, aumentando até atingir seu pico entre 20 e 34 anos, apresentando uma queda para as faixas etárias subsequentes.

Ainda de acordo com o autor, a frequência com que se fala sobre política está estritamente ligada ao interesse sobre o assunto, variando um pouco de acordo com o período histórico e cobertura midiática de escândalos políticos. As faixas etárias mais jovens apresentam maior propensão a ações de protesto se comparadas aos mais velhos, logo “a participação juvenil é de fato influenciada por efeitos geracionais, de período e de ciclo de vida” (OKADO, 2013, p. 48).

Para Castells (2019, p. 340), esse desinteresse do jovem em se engajar politicamente não acontece apenas no Brasil, vez que a maioria dos cidadãos no mundo não confia em seus governos ou parlamentos. Há um descontentamento ainda maior em relação à política, pois uma parcela maior desses cidadãos não apenas não confia, como despreza políticos e partidos, e acredita que seus governos não representam a vontade legítima do povo.

A desconfiança nas instituições, em quase todo o mundo, deslegitima a representação política e, portanto, nos deixa órfãos de um abrigo que nos proteja em nome do interesse comum. Não é uma questão de opções políticas, de direita ou esquerda. A ruptura é mais profunda, tanto em nível emocional quanto cognitivo. (CASTELLS, 2018, p.7)

O autor ainda menciona que, se for rompido o vínculo subjetivo entre os cidadãos e os políticos eleitos por eles, produz-se o que é denominado como crise de legitimidade política. Essa crise de legitimidade nada mais é do que a percepção majoritária de que os atores políticos não representam aqueles que os elegeram, passando a responder interesses próprios ou desconhecidos, mas que não beneficiam seus eleitores.

Nesse sentido, a Pesquisa Juventudes no Brasil, da Fundação SM, coordenada pelo Observatório da Juventude na Ibero-América (2021), corrobora a análise de Castells, mencionando que as “instituições públicas cujo papel estabelecido é a representatividade política da população são as que menos têm confiança dos jovens, reforçando uma tendência em relação a crise de representatividade nos sistemas políticos atuais”. O jovem possui mais confiança em outros tipos de instituições, como igrejas, organizações religiosas, Forças Armadas e o sistema de educação. Em contrapartida, governo, Congresso Nacional e partidos políticos são as instituições mais rejeitadas, com aproximadamente 80% dos jovens

entrevistados declarando algum tipo de desconfiança em relação às mesmas.

Gohn (2018, p.179) explica que, na atualidade, há outras formas de ação como participação dos jovens nos intitulados ‘coletivos’. Os coletivos são movimentos que não seguem os modelos mais tradicionais, sendo um agrupamento fluído, fragmentado, horizontal e autônomo, prezando por valores e princípios básicos. “Coletivos autodenominam-se como ativistas e não militantes de organizações. Vivem experiências e experimentações que podem ser tópicas ou mais permanentes, fragmentadas, ou mais articuladas.”

Porém, o foco desta pesquisa está mais relacionado ao modo como os jovens se engajam na política institucional, ligada a instituições como governos, partidos políticos, etc., do que estritamente à maneira de se mobilizarem em coletivos ou movimentos. É importante ressaltar que isso é parte do modelo de participação política, e uma maneira dos jovens se aproximarem mais de debates na esfera pública.

Com o advento da internet, e através das redes sociais, foi possível para jovens e adultos se conectarem a outras pessoas com os mesmos ideais, consumir notícias, e se comunicar. Por meio das redes, começaram a surgir outros tipos de movimentos sociais, explicados por Castells (2021) como movimentos semelhantes a outros que já aconteceram na história fora do ambiente digital, e carregam consigo a marca de sua sociedade. As redes permitiram uma comunicação multimodal que interliga o mundo virtual à vida real, possibilitando meios de organização muito mais autônomos.

Camargo, Magnoni e Miranda (2018) explicam o surgimento do interesse dos jovens em relação à política. Para os autores, questões que geram engajamento estão atreladas ao fato de os cidadãos se interessarem e consumirem informação política, seja através das redes digitais ou off-line. Em relação ao consumo de mídia, seu interesse se traduz como “a ação de buscar informação política. [...] A internet permite que os cidadãos selecionem os tipos de conteúdo a que estão expostos, ou pelo menos, o faz mais que outros meios de comunicação de massa”. Sendo que aqueles que possuem interesse em assuntos políticos, acabam se engajando com maior facilidade:

As pessoas que estão mais informadas sobre o que está acontecendo na política podem participar mais porque têm mais facilidade de enxergar as implicações da participação em suas vidas. No entanto, também é possível argumentar que aqueles que estão mais informados sobre política poderiam estar também mais frustrados e desmotivados a participar (CAMARGO; MAGNONI; MIRANDA; 2018. p. 7).

O argumento dos autores possui um contraponto em relação ao consumo de conteúdos através das redes sociais, pois as plataformas possuem ferramentas algorítmicas que direcionam determinadas notícias baseadas nos hábitos dos usuários. O conceito de algoritmo que será aprofundado adiante, juntamente com a apresentação dos filtros-bolha, se

interrelaciona com a maneira como os jovens consomem notícias e se informam sobre política por meio das redes sociais.

É nesse cenário que o jovem acaba desenvolvendo seus interesses em participar ativamente da política ao enxergar um propósito que o una a uma causa. A internet permite que ele se informe com mais facilidade, e as redes sociais permitem a aproximação entre jovens que partilhem das mesmas opiniões.

1.6. Juventudes Conectadas

De acordo com a pesquisa Tic Domicílios (2020), há, no Brasil, 152 milhões de usuários na internet, o que representa 87% da população, sendo que 93% realizam serviços de envio de mensagens instantâneas, e 72% fazem uso de redes sociais. Os jovens entre 16 e 24 anos são os que possuem maior adesão à internet, mostrando que apenas 4% não são usuários da rede.

O modelo de comunicação atual faz com que não apenas os jovens, mas a maioria das pessoas, consuma conteúdo através das redes sociais, lendo notícias e opiniões (muitas vezes sem saber questionar se são informações falsas ou não). Isso engloba, principalmente, assuntos relacionados à política, seja por meio de críticas e opiniões de veículos noticiosos até outros conteúdos gerados pelos próprios usuários das plataformas.

O consumo de conteúdos por meio das redes sociais acarreta no aumento da produção e veiculação de conteúdos duvidosos, sendo utilizadas como ferramentas de disrupção, ainda mais quando envolvem assuntos políticos. A falta de regulação, regras claras e monitoramento permite que políticos utilizem a disseminação de informações falsas como estratégia política, associadas a outras ferramentas de marketing político digital, sendo tendenciosamente prejudiciais à democracia (CRUZ; MASSARO; BORGES, 2019, p.15).

Uma pesquisa recente do instituto Ipec mostrou que seis de cada dez jovens do País preferem não comentar nada de política nas redes sociais por causa da polarização e do radicalismo que o tema suscita. É o que pesquisadores têm chamado de “efeito Anitta”: o receio de ser alvo do mesmo tipo de “cancelamento” sofrido pela cantora pop em meados de 2020, quando participou de uma série de lives sobre política. Na ocasião, Anitta foi chamada de “ignorante” por internautas ao perguntar se ministérios faziam parte do Judiciário (SHALDERS e FARIA, 2022)

Compreender hábitos dos jovens na internet é um meio de relacionar seus comportamentos à dinâmica imposta pelas plataformas, elucidando a maneira como esse grupo se comporta, particularmente na era da comunicação digital. De acordo com a pesquisa Juventudes e Democracia na América Latina (2022, p.26), “em geral, os jovens consomem

grandes quantidades de informação o tempo todo por suas redes sociais, que se tornam lugares de socialização, aprendizagem, entretenimento, discussão e lazer”.

A pesquisa Juventudes e Conexões da Fundação Telefônica Vivo (2019) também traça um panorama que permite compreender de que maneira jovens se relacionam com a internet e outras tecnologias digitais. É possível afirmar que os jovens passam a maior parte do seu tempo diário conectados à internet, deixando as redes apenas quando estão dormindo, sem bateria, ou sem créditos no celular, salvo em outros casos, quando estão ocupados exercendo tarefas de estudo ou trabalho.

Vivemos em um mundo repleto de tecnologia, onde metade do planeta tem acesso à rede de internet, ou seja, 5,3 bilhões de usuários podem se conectar à internet, segundo a União Internacional de Telecomunicações (UIT, 2022), agência das Organização das Nações Unidas.

A ligação entre os jovens e a tecnologia torna-se evidente, historicamente, quando correlacionada a sua participação política na mobilização coletiva. Sabe-se que nos últimos anos a juventude tem assumido o papel de uma das protagonistas nas diversas afluências de mobilização coletiva, com formas de ação compostas somente por jovens, além da participação de indivíduos jovens em mobilizações que envolvem outras categorias sociais que não as suas especificamente. (CAMARGO, 2020, p. 61).

No Brasil, os jovens presentes no ensino superior são os que mais possuem acesso à rede, com números que ultrapassam 92%, dentre os quais 96% utilizam smartphones. O uso da TV aumentou significativamente no período entre 2017 e 2019, chegando a 31%, impulsionado pela popularidade das smartTVs, que permitem acesso a plataformas de transmissão de vídeos, músicas, jogos e streaming, sendo as mais utilizadas, além das redes sociais: WhatsApp, Instagram, Facebook, e. Além disso, devemos olhar para outros dados importantes: youtubers e artistas são referências para os jovens, e podem influenciar em questões sensíveis da sociedade (política, gênero, direitos humanos e dos animais, etc.); o uso de aplicativos ajuda nas tarefas cotidianas e no planejamento de atividades; há compreensão sobre os desafios dos jovens e a necessidade de construção da identidade individual e coletiva; reconhecem que a internet amplifica temas importantes, com impactos positivos e negativos; tendência de alguns grupos utilizarem a rede para manifestar suas ideias e crenças. Além de entretenimento, a rede digital é utilizada para captação de informações, porém, há desconfiança em relação a materiais que viralizam de fontes desconhecidas e com pouca formação sobre o assunto.

Ainda sobre as informações, os jovens dizem que costumam checar em jornais, sites ou influenciadores de diversos perfis ideológicos para contrastar a informação, “googlear”, perguntar à sua rede de confiança (amigos que afirmam dispor de maior conhecimento). É

raro quem afirme utilizar sites de checagem específicos (LUMINATE, 2022). Por fim, a divisão familiar em relação à política contribui para uma percepção sobre o tema como questão de enfrentamento e polarização, sendo as redes sociais percebidas como espaço de agressividade permanente, e, por isso, muitos se calam para não expressar sua opinião.

CAPÍTULO 2 – CULTURA DA CONECTIVIDADE NAS JUVENTUDES

Neste capítulo, são apresentados os conceitos das redes sociais e sua estrutura, a fim de compreender como sua arquitetura tem o potencial de interferir e moldar a comunicação, tendo em vista potenciais impactos na percepção dos jovens sobre política.

2.1. Redes sociais digitais

As redes sociais digitais, ou plataformas, são ferramentas de comunicação utilizadas pela maior parte da população com acesso à internet. Explicar brevemente como funciona sua arquitetura importa para entendermos seu impacto na percepção dos jovens sobre política. As plataformas têm a capacidade de moldar e induzir comportamentos, afetando diretamente a maneira como as pessoas passaram a consumir conteúdos, se informar, ou simplesmente gastar seu tempo livre dentro da internet. Na perspectiva de Recuero (2009), as redes sociais medeiam a comunicação através das interações geradas pelos fluxos de informação produzidos por atores sociais e algoritmos:

Uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais) (Wasserman e Faust, 1994; Degenne e Forse, 1999). Uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. A abordagem de rede tem, assim, seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais e nem suas conexões (RECUERO, 2009, p. 24).

De acordo com o conceito de Van Dijck (2013), as plataformas possuem uma arquitetura programável, pensada em otimizar a experiência dos usuários, porém, isso é realizado de acordo com o que as companhias e programadores julgam ser o melhor para seus objetivos. Baseadas em uma série de dados coletados e analisados através das ações dos usuários, as redes sociais podem articular transformações em suas redes, que podem orientar o comportamento de quem as utiliza, direcionando-os a agirem conforme seus próprios interesses. Lipovetsky (2016), complementa essa ideia ao afirmar que o aumento das capacidades de armazenamento e a generalização do uso da internet permitem captar e cruzar uma quantidade vertiginosa de dados que provêm dos indivíduos conectados.

Lipovetsky (2016, p.173), introduz o conceito de *Big Data*, que está profundamente relacionado com os dados absorvidos pelas plataformas. Sua função é analisar os dados gerados de maneira estruturada e não estruturada, a fim de gerar previsões. O acúmulo e

tratamento estatístico desses dados tornam possíveis a realização de recomendações personalizadas e avaliação de riscos, fazendo correlações que se tornam um preditivo para a “governabilidade algorítmica”.

Essa lógica, inserida na arquitetura das redes sociais, pode ser ainda mais voraz, pois de acordo com Van Dijck (2018), as plataformas têm a capacidade de moldar a maneira como vivemos e como a sociedade é organizada. “Uma plataforma é alimentada por dados, automatizada e organizada por meio de algoritmos e interfaces, formalizada por relações de propriedade, direcionada por modelos de negócios e governada por acordos de usuários” (VAN DIJCK, 2018, p. 9, tradução própria)

Em geral, modelos de negócios visam a obtenção de lucros, mas no universo das plataformas, isso pode variar. No mundo online, há algumas maneiras de gerar valor, podendo-se medir o sucesso por meio do dinheiro gerado, atenção, dados, e até valoração dos usuários – formas mais populares de monetização. Van Dijck (2018) refuta a ideia de que os serviços de plataforma são gratuitos, porque muitos não cobram dos usuários por seus serviços, porém, na verdade, seu modelo de negócio está mais direcionado para aquisição e absorção de dados. Com tantas informações extraídas, criam-se, assim, perfis de usuários individuais e grupos que se transformam em uma lista segmentada para o direcionamento de publicidade e anúncios mais assertivos.

A existência de uma padronização de informações sobre usuários permite que a publicidade seja personalizada em tempo real. A segmentação dos usuários facilitou a lógica dos anunciantes, que passaram a ter a possibilidade de desenvolver campanhas e produtos de maneira mais preditiva, encaminhados com mais objetividade para seu público-alvo. Consequentemente, o marketing passou a ampliar seus potenciais recursos, fazendo com que os anunciantes encontrassem ou fossem encontrados pelos seus consumidores, a fim de obter maiores lucros.

Na questão política, a facilidade de observar e analisar os dados referentes aos hábitos dos usuários se expandiu, permitindo descobrir propensões de voto, posicionamentos ideológicos e políticos. A riqueza dos dados obtidos por meio das plataformas se tornou indispensável para o marketing político, que encontrou uma maneira de desenvolver estratégias mais elaboradas e segmentadas do que as previamente disponíveis em veiculações de campanha de mídia de massa.

Outra característica essencial presente na arquitetura das plataformas a ser abordada é o conceito de esfera pública automatizada e os filtros-bolha, explicado por Pasquale (2017). O autor define que a relevância de um conteúdo é baseada em números de visualizações,

curtidas e compartilhamentos, longe de qualquer verificação acerca de sua veracidade, integridade ou qualidade, fato que acaba colocando em xeque as funções democráticas do discurso público, banindo o pluralismo de opiniões e respondendo a interesses mercadológicos e à automatização da esfera pública.

Os algoritmos das plataformas realizam toda a curadoria do conteúdo a ser exibido, respondendo a uma agenda que visa à maximização de lucros e absorção de mais dados. Além disso, Pasquale (2017) explica que os agentes intermediários digitais corresponderiam à curadoria de conteúdos desenvolvidos para alcançar interesses obscuros de agentes propagandistas públicos e privados. Pariser (2012) também contribuiu para a discussão através do seu pensamento, sendo possível compreender, de melhor maneira, como funcionam os filtros-bolha:

Segundo, a bolha dos filtros é invisível. Os espectadores de fontes de notícias conservadoras ou progressistas geralmente sabem que estão assistindo a um canal com determinada inclinação política. No entanto, a pauta do Google não é transparente. O Google não nos diz quem ele pensa que somos ou por que está nos mostrando o resultado que vemos. Não sabemos se as suposições que o site faz sobre nós estão certas ou erradas – as pessoas talvez nem imaginem que o site está fazendo suposições sobre elas. Minha amiga que recebeu informações sobre a BP destinadas a investidores ainda não entendeu por quê, posto que não investe na bolsa de valores. Por não escolhermos os critérios que os sites usarão para filtrar os diversos assuntos, é fácil intuirmos que as informações que nos chegam através de uma bolha de filtros sejam imparciais, objetivas, verdadeiras. Mas não são. Na verdade, quando as vemos (PARISER, 2012 p.21)

O sentido de absorver tantos dados pelas plataformas pode ser compreendido através do pensamento de Lucarevski e Santos (2018), pois o gigantesco número de informações e conteúdos produzidos constantemente dentro das redes seria caótico sem a pré-seleção algorítmica, sendo que, para encontrar algo nesse universo de informação, é preciso um refinamento para que aquilo que desejamos encontrar retorne até nós com maior facilidade. A programação dos algoritmos permite que características pessoais do usuário e outros indicadores quantitativos sejam cruzados com a relevância temporal e social de certos temas. Com as informações analisadas e ponderadas, é possível melhorar a experiência dos usuários, tornando mais fácil sua navegação, e retornando resultados que sejam mais próximos do termo ou conteúdo pesquisado.

Segundo Lipovetsky (2016, p.132), o universo da internet é acompanhado de processos de descentralização, diferente das trocas unilaterais e direcionadas, como na mídia de massa. Há, de acordo com o autor, “operações individualizadas que respondem às necessidades de cada um: o dispositivo piramidal do um na direção de todos foi destronado pelo reino maleável do todos na direção de todos e do *self-media*”.

Esse modelo de programação no cerne das plataformas é autossustentável, tornando-as cada vez mais poderosas, pois explora bilhões de dados simultaneamente deixados pelos consumidores, e coletados sem que os próprios usuários tenham conhecimento. “As conversas nas redes sociais, envio de fotos, visitas a sites, tudo é armazenado, com a finalidade de um dia, essas informações, possam ser analisadas e gerarem algum retorno”. (LIPOVETSKY, 2016, p.87)

A arquitetura das redes sociais, que sustenta o conceito dos ‘filtros-bolha’, converge no fato de que os usuários não conseguem enxergar a clareza do impacto comunicacional e manipulador das redes, tornando-se difícil, ou até impossível, compreender a maneira como a informação que ele busca ou recebe chega por meio de uma curadoria, que pode ser baseada em seu viés ideológico e julgamentos preestabelecidos para responderem aos estímulos enviados pelos usuários em particular.

2.2. Inteligências artificiais e redes sociais: reflexões sobre seus impactos

Analisando a arquitetura programável das plataformas, conseguimos explorar mais profundamente a inteligência artificial, seus algoritmos e o *Big Data*, se constituindo como os principais alicerces das redes sociais, e potencialmente a causa de grandes impactos e transformações na comunicação. Esses mecanismos tecnológicos são responsáveis por convergirem entre si, realizando o papel de agentes intermediários digitais, buscando reger a maneira como os usuários devem se comportar em suas redes.

Lanier (2018), reforça que os algoritmos são alimentados por inúmeros dados a cada segundo, e podem processar informações a partir dos links que clicamos, vídeos assistidos até o final, a rapidez em que trocamos de conteúdo, a sua localização no momento que está realizando determinada atividade, suas conexões com outros atores, expressões faciais, o que se fazia antes de decidir comprar determinado produto, e até se se vota ou se abstém. Seus dados passam a integrar uma base na qual “os algoritmos correlacionam o que você faz com o que quase todas as outras pessoas têm feito” (LANIER, 2018, p. 14).

Uma das principais diferenças entre as plataformas e a mídia de massa é que os anúncios passaram a ser adaptados para cada indivíduo, porém, o monitoramento constante agora avalia seus comportamentos, permitindo que o anúncio seja adaptado para responder aos seus estímulos de maneira dinâmica, a fim de conseguir seu engajamento. Lanier (2018) aprofunda seu pensamento, comentando que, além disso, as redes sociais passaram a possuir o poder de modificar os comportamentos dos usuários, “permanentemente e em escala

gigantesca”. (LANIER, 2018, p.15)

O ex-vice-presidente do Facebook, Palihapitiya (apud VICENT, 2017), expôs, em carta aberta, que foram criados ciclos de feedback de curto prazo impulsionados pela dopamina, que acabam propagando desinformação e inverdades, e reduzem a comunicação a “coraçõezinhos, likes e ‘joinhas’”, destruindo comportamentos interpessoais. É interessante ressaltar que, além de fazer uma crítica contundente à plataforma, Palihapitiya não faz uso do projeto no qual se dedicou a estruturar.

Porém, a quem atribuir a culpa de as redes sociais causarem danos à sociedade devido ao seu modelo de negócios? Lanier (2018) expressa seu pensamento afirmando que as redes sociais se tornaram capazes de modificar comportamentos, e potencialmente gerar danos neurológicos individuais, como o vício que provém da liberação deliberada de dopamina, um neurotransmissor que age diretamente como sentimento de prazer por meio da obtenção de recompensa. Essas tais recompensas seriam geradas pela arquitetura programável das redes sociais, que visam estimular a produção desse tipo de substância, com a finalidade de entreter seus usuários, e, de certa forma, prendê-los ao seu projeto existencial.

Harari (2016) também analisa que há uma simbiose entre a inteligência artificial e os algoritmos, afirmando serem um organismo eletrônico inteligente, porém sem consciência própria, capazes de gerar **questionamentos** filosóficos sobre nosso livre-arbítrio, pois:

Duvidar do livre-arbítrio não é apenas um exercício filosófico. Existem implicações práticas. Se organismos realmente carecem de uma vontade livre, a implicação é de que poderíamos manipular e até mesmo controlar seus desejos utilizando drogas, engenharia genética ou estimulação cerebral direta (HARARI, 2016, p.292)

As plataformas passaram a ser um organismo que se retroalimenta, e que liberam estímulos, e agem ativa e passivamente, A inteligência artificial não precisa mais de nós para se desenvolver, pois ela mesma cria seus meios de romper barreiras e ir além, baseada na informação coletada e analisada de tudo que nós oferecemos a ela. Algoritmos são atores, actantes não humanos, que respondem ativa e passivamente aos estímulos distribuídos.

De acordo com Harari (2016, p. 308), as tecnologias são ameaças concretas ao liberalismo, pois estamos cercados por dispositivos que aprendem e interferem em nosso livre-arbítrio. “Poderão a democracia, o livre mercado e os direitos humanos sobreviver a ela?”, questiona o autor. Talvez ainda não haja uma resposta contundente para essa questão, principalmente por termos acesso constante às plataformas, ao mundo digital, e por sofrermos influência desse meio. Estamos inseridos em um contexto muito particular de relações humanas, tanto interpessoais quanto entre homens e máquinas. Esse modelo nos levou a

participarmos ativamente das plataformas digitais e a reunirmos nossa realidade em uma única simbiose, tornando-nos meio seres humanos e meio robôs:

...a digitalização de toda a informação e a interconexão modal das mensagens criaram um universo midiático no qual estamos permanentemente imersos. Nossa construção da realidade e, por conseguinte, nosso comportamento e nossas decisões dependem dos sinais que recebemos e trocamos nesse universo. A política não é uma exceção a essa regra básica da vida na sociedade-rede na qual entramos em cheio. (CASTELLS 2018, p. 26)

A ilusão de livre-arbítrio explicada por Harari (2016, p. 288) é resultante de um desejo criado por processos bioquímicos que “podem ser estimulados ou aleatórios, mas não livres”.

Duvidar do livre-arbítrio não é apenas um exercício filosófico. Existem implicações práticas. Se organismos realmente carecem de uma vontade livre, a implicação é de que poderíamos manipular e até mesmo controlar seus desejos utilizando drogas, engenharia genética ou estimulação cerebral direta. (HARARI, 2016, p. 289)

Nesse sentido, as plataformas digitais se assemelham ao que Lanier (2018), crítico das redes sociais, denomina estratégias behavioristas, sendo implementadas sem que os indivíduos se deem conta, além da vigilância e manipulações sutis e constantes. O maior problema dessa experiência seria, além da falta de ética, os perigos de concentrar o poder dessas informações nas mãos de pessoas, corporações, ou quem quer que seja, e suas agendas obscuras e inacessíveis. (LANIER, 2018). Além de questões éticas, o nível de inteligência e de sua utilização geram transformações culturais, pois disseminam modelos a serem seguidos.

É certo que nós, usuários de smartphones, inseridos em um contexto social, enfrentamos dificuldades de nos desconectar completamente das plataformas e redes sociais. O novo modelo de vida, no qual estamos constantemente e cada vez mais incrustados, faz com tenhamos dependência de toda a facilidade que ele nos proporciona. Conseguimos trabalhar de nossas casas sem precisar ir ao escritório, pedir alimentos, fazer transações bancárias e solicitar transporte à distância, e tudo isso se tornou inquestionavelmente mais fácil do que antigamente.

Além das facilidades proporcionadas pela internet na oferta de produtos e serviços, também há mudanças nas relações entre os sujeitos que nela atuam, especialmente nas relações com as minorias sociais. Como aponta Recuero (2017, p.57), refletindo sobre o papel dos espaços de debate na internet e a violência contra minorias: “Há uma associação entre as redes sociais na internet e um novo tipo de esfera pública que constitui e reverbera discursos. As pessoas discutem, comentam, apontam elementos sobre o que acreditam”.

Uma observação atenta da composição das redes demonstra a relevante frequência de atores que possuem grande número de “seguidores”, “contatos” ou “amigos”, sem que necessariamente haja um relacionamento próximo ou, em muitos casos, qualquer tipo de interação mútua. Esse aspecto é bastante marcante na arquitetura de participação do Twitter, onde é possível seguir um dos atores, sem que

necessariamente haja qualquer ligação, nem a necessidade de interação recíproca. Há atores com autoridade (popularidade e boa reputação na rede), que atingem grandes volumes de seguidores de acordo com o interesse pelos assuntos dos quais tratam. (MARCILIANO, 2019, p.30)

2.3. Esfera Pública Automatizada e a política

As relações estabelecidas por meio das redes sociais na internet, embora sofram influência dos algoritmos, constituem a esfera pública automatizada. De acordo com Pasquale (2015), esse ambiente digital se amplia e se torna um local onde debatemos, expomos pensamentos, ou simplesmente recebemos e absorvemos mensagens. Essa nova realidade rendeu mudanças políticas significativas, tanto nos modelos de questionamento, na crítica a governos e suas atividades, quanto na maneira de votarmos e escolhermos candidatos.

Isso rendeu ao marketing político uma via de mão dupla em que a interatividade propicia adequações de conteúdos. “No século XXI, nossos dados pessoais são provavelmente o recurso mais valioso que ainda temos a oferecer, e os entregamos aos gigantes tecnológicos em troca de serviços de e-mail e de vídeos com gatos engraçadinhos” (HARARI, 2016, p. 343).

Mais do que uma estratégia para nos entreter, ou nos alienar, as plataformas podem garantir votos. Apesar das bolhas na internet, que operam como verdadeiros filtros (PARISER, 2011), as redes sociais digitais têm se consolidado também como espaço virtual de discussão política. O cidadão comum não só se informa sobre os candidatos, mas também produz e compartilha, pelos seus canais e redes, conteúdos com informações, posições e manifestações com finalidade política. Para Graeff (apud CAMARGO, 2009, p. 31), “o truque é transformar ouvinte em orador. Ao conseguir que a audiência escreva, candidatos conseguem um compromisso com essa audiência. Engajamento substitui recepção, que por sua vez leva à ação no mundo real”.

Aldé (2004, p. 41) explica que “o próprio processo de construção de atitudes políticas é comunicacional”. Segundo a autora, o universo e o contexto da política estão inseridos na perspectiva cotidiana dos cidadãos-eleitores, sendo assim, “apreender as rotinas e hábitos dos indivíduos, bem como a versão que oferecem para os eventos públicos e o ideário político, é tarefa central na teorização acerca de suas escolhas e ações” (ALDÉ, 2004, p.43).

A autora também salienta que a atitude política e a expressão pessoal de opinião são influenciadas por fatores subjetivos (história familiar, trajetória pessoal, predisposição intelectual) e fatores de contexto social (como renda, gênero, idade, grau de escolarização, etnia

e religião). Já o ambiente informacional (quadros de referência principais e secundários, como relações interpessoais, mídia, igreja, família e trabalho) e a atitude política sofrem uma correlação, uma vez que se influenciam e são influenciados. Assim, é preciso considerar as mídias como espaços comunicativos de mobilização e participação política, bem como as reconfigurações trazidas para a política pela comunicação digital, especificamente nas formas de consumo, produção, circulação e recirculação de mensagens (CAMARGO, 2009)

Porém, é preciso ressaltar que, nesse espaço de discussão política, a informação chega fragmentada, na maior parte das vezes apenas pelas manchetes, descontextualizada e, por momentos, distorcida. Há também a interferência do comentário que induz a certas interpretações da informação, produzidas por quem as postam nas redes sociais, pelo blogueiro, pela personalidade que os jovens seguem no Facebook, no WhatsApp ou no Instagram, reenviada por amigos, parentes e conhecidos.

De acordo com Lavareda (2011), a comunicação tem o poder de provocar ansiedade, enfraquecendo as predisposições e aumentando a saliência das novas informações na escolha do candidato. Curiosa é a constatação do autor: os mais suscetíveis à “manipulação” emocional são os cidadãos mais informados; ao contrário da suposição usual, são eles que mais prontamente sentem desejo de saber mais e vão em busca de novas informações.

Dessa forma, apesar de cada vez mais afastados da política tradicional, os jovens recebem cada vez mais informações políticas por canais alternativos, como influenciadores de maquiagem e estilo de vida no Instagram e YouTube, jogos online, canais de empreendedorismo, tiktokers, cantores gospel, gurus de investimento e *rappers*, e por meios de opiniões e comentários nas redes sociais (MELLO, 2022).

A política chega até eles principalmente em formato de comentário, reação ou debate de uma notícia ou acontecimento, o que faz com que percebam a política totalmente atrelada à dinâmica da polarização, ao discurso de ódio e intolerância tão típicos das redes sociais... Além disso, eles estão informados sobre a polêmica do momento, mas admitem que não fazem ideia de como funcionam os aspectos mais prosaicos da política —o processo de votação de uma lei, quem é o presidente da Câmara e do Senado, a burocracia do Estado e o cotidiano do governo. (MELLO, 2022, disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/01/jovens-se-politizam-com-influenciadores-e-canais-nas-redes-indica-estudo.shtml>)

Segundo McCarthy (2019), o Facebook já figura como uma rede menos utilizada, pois tende a ser associada a pessoas mais velhas. Em seu lugar, entram o Instagram e o TikTok, mais utilizados para consumo de conteúdos leves, com humor, geralmente de amigos e familiares. O uso de Whatsapp também continua intenso, a despeito da alta desconfiança em relação a mensagens que possam divulgar notícias falsas, desconfiança que é menor em relação ao YouTube, também bastante utilizado. Notícias de portais online pertencentes

a grandes grupos tradicionais de mídia (por exemplo, UOL e G1) acabam sendo visualizadas mediante redes sociais ou por meio de pesquisas específicas com a intenção de se aprofundar sobre determinados temas.

Assim, de acordo com o relatório elaborado pela Luminare, Juventudes e Democracia na América Latina (2022), parece comum o desejo dos jovens de se sentirem apartados da realidade política institucional, principalmente após a pandemia da Covid-19. Suas preferências acabam sendo a socialização com outras pessoas por meio de jogos online, entre jovens do sexo masculino, e de aulas de maquiagem e moda, entre jovens mulheres, ainda que, durante tais dinâmicas, possam haver conteúdos políticos que acabem sendo discutidos.

2.4. Zero-rating, o acesso à internet móvel sob a prática de patrocínio.

Acreditamos ser pertinente trazer para a discussão a prática do *zero-rating*, um modelo de plano de internet sem consumo de dados para determinados aplicativos, comumente oferecido pelas empresas de telefonia móvel, e que faz com que usuários permaneçam imersos nessas plataformas “gratuitas”.

Segundo a Agência Brasil (2020), 99% dos 134 milhões de usuários que têm ou tiveram acesso à internet, realizaram a operação por meio de smartphones ou outros aparelhos móveis. “A dependência de muitos brasileiros dos dispositivos móveis impacta a qualidade dos acessos, uma vez que esta modalidade possui franquias com quantidade limitada de dados, o que restringe a quantidade de serviços que podem ser utilizados ao longo do mês”. (VALENTE, 2019).

O *zero-rating* é comercializado para atender os usuários de dispositivos móveis. Sua prática consiste no provedor fornecer volumes limitados de dados a serem utilizados mensalmente pelo consumidor para navegação e volume, como já foi dito, que não é descontado da franquia quando se acessa serviços ou plataformas específicas (LEFÈVRE, 2015). Esse tipo de plano é comumente contratado por pessoas de baixo poder aquisitivo, cujas rendas não permitem o contrato de planos com grandes volumes de dados ou mesmo ilimitados de internet.

Entre os pacotes oferecidos pelas quatro principais operadoras de telefonia do Brasil (Vivo, Claro, Tim e Oi), todas disponibilizam planos de dados *zero-rating* para determinados aplicativos. É unânime o oferecimento do aplicativo WhatsApp nos planos, além da não cobrança pela navegação em outras plataformas de redes sociais, aplicativos de geolocalização e *streaming* de músicas e vídeos, de acordo com o pacote assinado.

Pensando nesse contexto de planos de internet móvel e hábitos de consumo de notícias, podemos trazer a discussão sobre como determinada parte dos consumidores brasileiros, sobretudo das classes menos abastadas, poderia estar sendo prioritariamente impactada por informações falsas. Nesse cenário, a informação acaba sendo, na maioria das vezes, cortada. “Se o consumidor desejar verificar uma notícia e não possuir dados disponíveis no seu plano móvel, ele não poderá acessar o website da empresa de mídia supostamente que divulgou a notícia ou verificar outras fontes de informação” (SANTOS E GROHMAN, 2019).

O fato de não possuírem acesso a toda a internet torna os usuários desses planos mais vulneráveis a manchetes, não podendo ser redirecionados ao site de notícias onde seria possível compreender melhor a informação recebida, inclusive questionando a sua veracidade. A actância (LATOURETTE, 2012) faz com que os consumidores desse tipo de plano de telefonia móvel sejam, na verdade, usuários de determinados aplicativos, criando uma falsa percepção de livre acesso à internet, quando, na verdade, estão presos às plataformas liberadas “gratuitamente” pela configuração do *zero-rating*:

A falsa percepção de gratuidade, associada ao fato de os usuários acessarem determinado conteúdo ou serviço por meio de uma conexão sem cobrança, ofusca os reais interesses do *zero-rating* que estão relacionados com o aumento da receita advinda da ampliação da base de clientes, do aumento da participação no mercado e do incremento das receitas por meio dos contratos com os provedores de conteúdo. De outra maneira, não haveria justificativa econômica para que os provedores de acesso ou os provedores de conteúdo subsidiassem os custos de utilização da infraestrutura de telecomunicações dos usuários (GARCIA et al., 2019; p. 9).

A associação do *zero-rating* com o consumo de notícias por meio das plataformas permite iluminar problemas subsequentes, como o disparo massivo de notícias falsas pelo WhatsApp. Práticas mercadológicas desse tipo agravam os ataques à democracia sofridos no Brasil, quando há disseminação de informações falsas como estratégia política, que possuem o poder de mudar o rumo das eleições, impactando diretamente o modo como os próprios jovens acabam ficando vulneráveis a essa prática.

A produção e veiculação de conteúdo tendenciosamente falso, utilizada como ferramenta de disrupção, ganha uma perspectiva maior quando usuários desse tipo de plano de telefonia móvel ficam impossibilitados de checarem fatos. A problemática ganha outras proporções porque o disparo massivo de mensagens é uma ferramenta que fere as políticas da plataforma. Outro caráter passível de discussão é a falta de regulação desse tipo de estratégia na política nacional, vez que o disparo massivo de mensagens gera imprecisão no sistema de declaração de despesas da Justiça Eleitoral, ainda que associados a outras ferramentas de marketing político digital (CRUZ; MASSARO; BORGES, 2019), porém, de acordo com o

Tribunal Superior Eleitoral (2021), seu uso não é criminalizado.

A explicação do caminho percorrido por esse tipo de mensagem no WhatsApp mostra que, etapa a etapa, as informações falsas partem de fontes em grupos centrais, seguindo para grupos periféricos subsequentes (potencialmente criados por meio de listas de contatos de terceiros). O percurso realizado pela mensagem faz com que a notícia amplie seu crescimento exponencialmente e viralize na rede, atingindo um enorme número de usuários (SANTOS; FREITAS; ALDÉ; SANTOS; CUNHA, 2019). Por meio dessa estratégia nas redes sociais, podemos avaliar que os jovens também são vulneráveis a esse tipo de prática, ficando suscetíveis a serem alvos de informações falsas e tendenciosas.

CAPÍTULO 3 – METODOLOGIA E RESULTADOS DA PESQUISA

Este capítulo apresenta a metodologia e a análise dos dados obtidos com a aplicação do questionário e das entrevistas semiestruturadas que foram realizadas com jovens universitários que estudam no estado de São Paulo, entre 18 e 24 anos. Os dados empíricos e as análises descritivas poderão contribuir para ampliarmos nossa visão sobre o tema desta dissertação, a fim de compreendermos a percepção dos jovens sobre o debate político institucional nas redes sociais digitais.

3.1. Metodologia

A proposta de destinar o último capítulo à explicação metodológica é um meio de elucidar as técnicas aplicadas no desenvolvimento da pesquisa, para correlacioná-las à pesquisa bibliográfica, desenvolvida nos capítulos anteriores.

A escolha do tema de pesquisa se pautou no interesse do pesquisador em compreender como os jovens estavam se relacionando com o ambiente político encontrado dentro das plataformas. Será apresentado como os jovens percebem o debate sobre política, tendo em vista o ambiente digital e o contexto das redes sociais, e as transformações ocorridas nos últimos anos em que novos modelos de comunicação social foram propiciados pelo avanço tecnológico, com impacto nas relações interpessoais estabelecidas pelas plataformas digitais.

As plataformas digitais têm sido foco de interesse do pesquisador há algum tempo, quando surgiram as primeiras dúvidas sobre o potencial do Facebook de intervir nos rumos da campanha presidencial americana de 2018, quando o então presidente Donald Trump foi eleito, cercado de polêmicas envolvendo as estratégias desenvolvidas por Steve Bannon, estrategista-chefe responsável pela campanha política do ex-presidente americano.

A compreensão sobre a dimensão de alcance das plataformas digitais, principalmente em relação a sua capacidade de influenciar, persuadir e moldar o futuro a partir da sua obscura arquitetura programável, é essencial para as democracias e, especialmente, para entender a percepção dos jovens sobre a política.

O desenvolvimento da pesquisa passou por diversas etapas, sofrendo alterações ao longo do período. Inicialmente, o objetivo da pesquisa era utilizar a metodologia da pesquisa-ação, na qual o pesquisador age de forma participativa, buscando criar um produto que pudesse ser utilizado para promover transformações sociais. A proposta inicial consistia em estudar jovens

moradores no estado de São Paulo, desenvolvendo um questionário semiestruturado, e convidá-los a participar de grupos de discussão para o desenvolvimento de um produto nativo digital, para engajar⁵ mais jovens nos assuntos sobre política.

Após a banca de qualificação do projeto, ponderou-se que o tempo restante para o estudo não era suficiente para o procedimento proposto. Assim, o estudo foi delineado para responder à seguinte pergunta de pesquisa: **“Como as plataformas digitais podem contribuir no interesse de jovens de São Paulo pelo debate político institucional?”**. Dessa forma, a produção de um produto nativo digital foi descartada, com o objetivo de compreender de que maneira o ambiente digital poderia ser utilizado para construir uma ponte entre os atores sociais no que se refere à política, abrangendo os hábitos de consumo da internet de jovens, suas percepções e visões políticas, inseridas muitas vezes estritamente no contexto digital, como podemos observar mais à frente nos resultados obtidos na pesquisa.

O desafio deste estudo, como Bauer e Gaskell (2002) explicam, é o fato de que, quando realizamos uma pesquisa,

“temos uma curiosidade sobre a natureza tribal do acontecimento que está sendo observado”, devendo ser realizada uma descrição com precaução a partir da análise fria da situação, em que o pesquisador mantenha seu envolvimento direto relacionado aos problemas atuais e futuros, mantendo a posição de “campo de observação sistemática”. (BAUER E GASKELL, 2002, p. 18)

Dessa forma, o objetivo principal da pesquisa foi compreender o que poderia influenciar e atrair o jovem morador no estado de São Paulo a se engajar no debate político institucional por meio das plataformas digitais. Os objetivos secundários foram: Investigar o interesse dos jovens por política e conhecer o que sabem sobre o assunto, como se informam e se engajam em assuntos políticos.

Assim, a pesquisa empírica foi realizada em duas etapas: a primeira, a aplicação de um questionário com jovens (o detalhamento do perfil da amostra será apresentado mais adiante), com perguntas estruturadas e abertas, sendo explorados padrões de comportamento referentes a seus hábitos digitais e de consumo de informação sobre política; e a segunda etapa, a aplicação de entrevistas semiestruturadas com jovens que participaram da primeira etapa. De acordo com Martino (2018),

“procuramos evidências para sugerir uma determinada conclusão. Na pesquisa qualitativa em Comunicação, lidamos com interpretações e análises. Não buscamos a ‘verdade’ de uma interpretação, mas coerência entre perguntas, evidências e conclusões”. (MARTINO, 2018, p. 37)

Referente à primeira etapa da pesquisa, o questionário distribuído obteve 95 respostas,

dentre as quais apenas 4 necessitaram ser excluídas dos resultados por não se enquadrarem nos critérios pré-estabelecidos de faixa etária e geográficos.

Na segunda etapa, foram selecionados 6 participantes por meio de análise dos questionários, e que responderam à tentativa de contato, comparecendo à reunião na data marcada para serem entrevistados. Foi distribuído para os entrevistados um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, cujo modelo encontra-se em apêndice. O termo faz uma breve descrição da pesquisa e seus objetivos, com caráter de informar e conscientizar os voluntários acerca do tratamento dos dados coletados e responsabilidades do pesquisador, assegurando o sigilo absoluto de suas participações na pesquisa e ocultando qualquer identificação de suas identidades.

Com as respostas obtidas na primeira etapa, foi possível realizar um comparativo dos resultados da amostra com dados de pesquisas feitas por fontes institucionais, a fim de extrair diferenças e semelhanças particulares do objeto a ser estudado. Essas informações seriam um ponto de partida para construir o roteiro das entrevistas semiestruturadas, nas quais foram aprofundados os temas sobre política no ambiente digital.

3.1.1 Aplicação dos questionários

A amostra escolhida para a pesquisa incluiu jovens de faixa etária entre 18 e 24 anos que estivessem matriculados ou formados por qualquer faculdade pública ou privada do estado de São Paulo, aplicada por meio da técnica *snowball*⁶ na internet. Como já dito anteriormente, o questionário mesclou perguntas abertas e fechadas, tendo como objetivo coletar informações e dados em três frentes: informações pessoais dos entrevistados, conhecimentos políticos e percepção sobre as redes sociais.

O questionário semiestruturado foi elaborado no Google Forms, após pré-teste realizado com 5 jovens com o mesmo perfil da amostra proposta para o estudo, com 30 questões, sendo 20 abertas e 10 fechadas. Após revisão e adequações observadas na fase de pré-teste, passou a ser distribuído remotamente. Foram pesquisados grupos de instituições universitárias do estado de São Paulo e coletivos de jovens que permitiam o compartilhamento de pesquisas com tal finalidade. Outro meio de distribuição foi através das redes sociais particulares do pesquisador, de forma orgânica, como LinkedIn, Facebook e Instagram. Além do compartilhamento com

⁶ “O tipo de amostragem nomeado como bola de neve é uma forma de amostra não probabilística, que utiliza cadeias de referência. Ou seja, a partir desse tipo específico de amostragem não é possível determinar a probabilidade de seleção de cada participante na pesquisa, mas torna-se útil para estudar determinados grupos difíceis de serem acessados.” (VENUTO, 2014, p. 203)

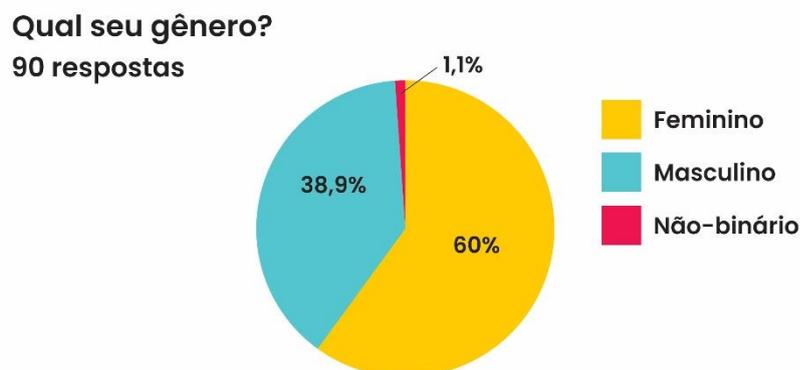
colegas e amigos que cursavam a graduação, e na faixa etária estipulada, ocorreu o compartilhamento a partir dessas fontes em grupos da própria instituição de ensino, ou para outros conhecidos com o mesmo perfil da amostra proposta para esta pesquisa.

Grupos de Facebook e páginas universitárias encontradas nas plataformas também consistiram em um meio de transmitir o link da pesquisa. Porém, não atingimos a meta de respostas, e uma das hipóteses levantadas foi a extensão do questionário, que abarcava 30 questões, com tempo médio de 10 minutos para ser respondido, sendo que a ordem das perguntas exigia que os respondentes não pulassem questões. Dessa forma, a outra alternativa de aplicação do questionário para complementação da amostra foi a presencial, realizada no Centro Cultural Vergueiro, em São Paulo, um ambiente conhecido pela reunião de diversos grupos de jovens que se encontram para desfrutar do ambiente oferecido para práticas de atividades ao ar livre e exposições.

A escolha do Centro Cultural Vergueiro se deu também por pertencer à região central de São Paulo, com fácil acesso por transporte público, pois seria uma maneira de trazer maior pluralidade, além das possíveis bolhas na internet. Os questionários foram entregues para preenchimento próprio. Esse procedimento também garantiu a identificação de possíveis participantes na segunda fase da pesquisa, que, naquele momento, seriam os grupos focais, procedimento que foi descartado e substituído pelas entrevistas semiestruturadas após 3 tentativas do pesquisador em reunir grupos.

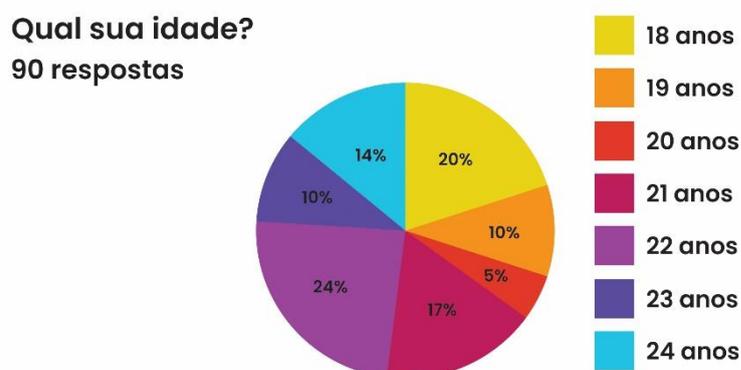
A intenção do questionário foi a de estabelecer uma primeira abordagem com os indivíduos, filtrando seu perfil e mapeando as características da amostra selecionada. Sendo assim, os participantes que responderam ao questionário totalizaram 95 formulários preenchidos. Referente ao total de questionários aplicados, 81 foram realizados por meio de internet, e 14 pessoalmente, e 4 respostas precisaram ser descartadas pela falta de enquadramento nos critérios pré-estabelecidos, ou seja, ao final, foram totalizadas 90 respostas validadas e tabuladas. De acordo com o perfil do gênero dos respondentes e suas idades, os gráficos a seguir expõem, de maneira ilustrativa, os dados estatísticos. Quanto ao gênero, 60% dos respondentes são do gênero feminino, 38,9% do masculino, e 1,1% declarou-se não binário. Esse perfil é coerente com o Censo da Educação Superior do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP), que divulgou, em 2020: 58% dos matriculados no Ensino Superior são do gênero feminino e 42, masculino (ABRES, 2021). Quanto à faixa etária, houve certo equilíbrio na quantidade de respondentes, sendo que participantes com 20 anos foram os menos presentes na amostra.

Gráfico 1 – Amostragem por gênero



Fonte: Elaborado pelo autor

Gráfico 2 – Amostragem por idade

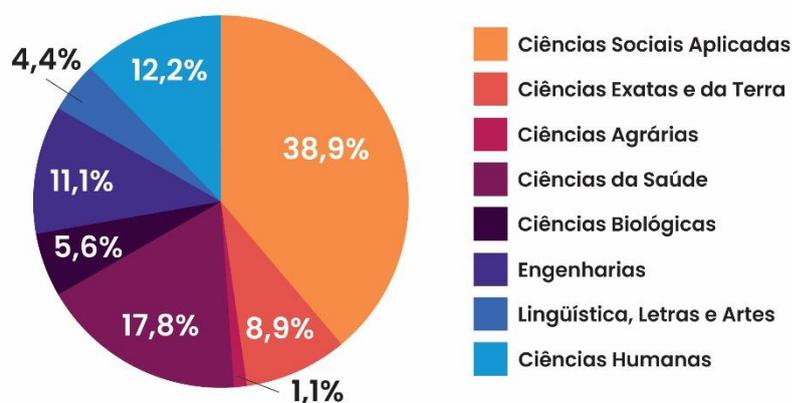


Fonte: Elaborado pelo autor

Por meio da Tabela de Áreas do Conhecimento, estipulada pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), os cursos foram separados de acordo com as grandes áreas de conhecimento, facilitando, assim, a tabulação dos dados e compreensão do leitor. A área de Ciências Sociais Aplicadas foi a que atingiu o maior número de respondentes (35, no total), o que representa 38,9% da amostra, seguida das Ciências da Saúde (17,8%), Ciências Humanas (12,2%), Engenharias (11,1%), Ciências Exatas e da Terra (8,9%), Ciências Biológicas (5,6%), Linguística, Letras e Artes (4,4%) e Ciências Agrárias (1,1).

Outro dado importante a respeito das instituições é que 35 jovens pertencem a instituições públicas, e os outros 55, a instituições privadas. A fim de termos um panorama em relação aos cursos de origem dos respondentes, identificamos: Medicina (12), Jornalismo (11), Psicologia (8), Direito (5) e Administração (4) foram os mais citados, representando um total de 44,4% dos respondentes.

Gráfico 3 – Amostragem por Área do Conhecimento



Fonte: Elaborado pelo autor

Com relação às instituições, as universidades particulares que representam 61,2% do total, 9 são estudantes da UNIP, 7 da Anhembi Morumbi e UNINOVE, 4 da Faculdade Cásper Líbero e Universidade São Judas Tadeu e 3 do Mackenzie. Outras instituições particulares não obtiveram mais do que dois respondentes. Em relação às instituições públicas, foram 6 respondentes provenientes da Universidade de S. Paulo (USP) e Universidade Federal do Estado de S. Paulo (UNIFESP), 5 da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), e 4 da Universidade Estadual Paulista (UNESP). A distribuição do questionário atingiu uma pluralidade maior do que a esperada em termos de cursos, pois não houve muitos dados concentrados em uma única instituição.

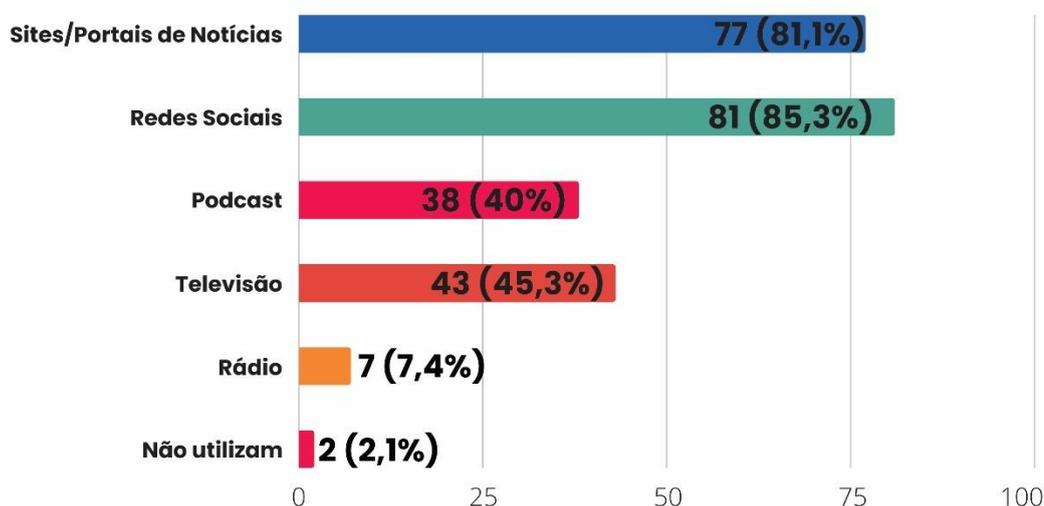
Em seguida, o foco do questionário se pautou em saber quais redes sociais os jovens utilizavam com maior frequência, sendo que todos os participantes afirmaram fazer uso de, ao menos, uma rede social. WhatsApp foi a plataforma selecionada unanimemente, ou seja, todos os participantes afirmaram fazer uso dela. Em seguida, Instagram (92,6%), YouTube (86,3%), Facebook (65,3%), Twitter (62,1%) e TikTok (46,3%) obtiveram os números mais expressivos de utilização. Apenas dois participantes disseram que não fazem uso das redes sociais como meio de informação.

Para efeito de comparativo, de acordo com o TIC Domicílios 2021 (2022), 94% dos jovens brasileiros entre 16 e 24 são usuários de internet, e entre essa parcela, 61% têm acesso realizado exclusivamente por celular. Já em nossa pesquisa, foi apontado que 85,3% preferiam utilizar internet pelo celular, e 13,7% se mostraram indiferentes.

A pergunta elaborada para identificar as fontes de informação utilizadas pelos jovens ofereceu como opção Sites/Portais de Notícias, Redes Sociais, Podcast, Televisão e Rádio. Em seguida, foi proposta uma pergunta aberta atrelada, que tinha o intuito de solicitar exemplos,

mais especificamente, canais, influenciadores e programas que cada jovem costumava acompanhar.

Gráfico 4 – Amostragem por Fonte de Informação Utilizada



Fonte: Elaborado pelo autor

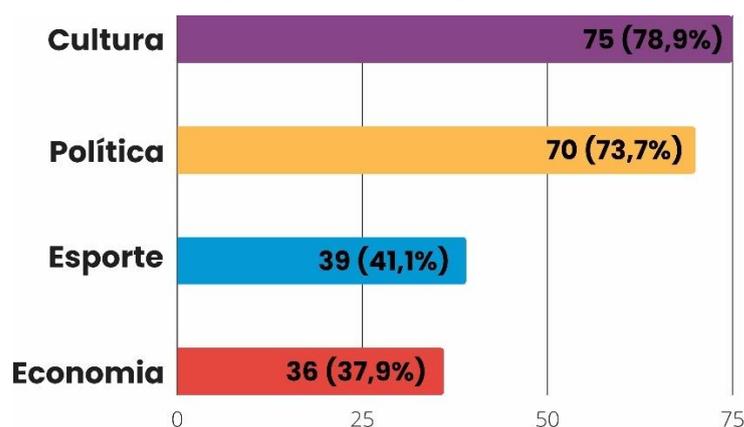
Grande parte dos jovens (81,1%) citou acompanhar veículos jornalísticos tradicionais, porém o que chamou atenção foram os números elevados de ouvintes de Podcasts, seguidores de Influenciadores Digitais e Veículos Independentes, o que nos leva a inferir que tenha relação com o curso de origem dos entrevistados: Ciências Sociais Aplicadas. Foram citados, dentro dos Podcasts: Podpah, Inteligência LTDA., Mano a Mano, e Café da Manhã (jornal Folha de S. Paulo), que são programas com formato de entrevista. Já entre os influenciadores que foram citados, foram selecionados aqueles que mais se repetiram, sendo importante ressaltar que muitos perfis estão atrelados a comentários e posicionamento político nas redes sociais, sendo eles: Felipe Neto, Cauê Moura, Gabriela Prioli, Castanhari e Tese Onze, que, predominantemente, fazem oposição ao governo do atual presidente Jair Bolsonaro, mas sem vínculos claros com a esquerda partidária. Além desses, Veículos Independentes obtiveram muitas citações do Nexo Jornal, Meteoro Brasil, Quebrando Tabu e Mídia Ninja, que são, em sua maioria, voltados para debater questões sociais e pautas progressistas.

Apesar de haver inúmeros exemplos, foi possível notar que os veículos tradicionais de informação ainda exercem um papel importante, sendo eles os principais meios de informação para os jovens. Marcas como Globo, G1, Folha de S. Paulo, Estadão, Record, R7, Jornal Nacional, CNN, UOL e Bandeirantes foram citados ao menos 5 vezes cada. Outro dado interessante é que, por meio da pergunta “Costuma verificar outras fontes das informações que recebe?”, foi possível notar que 77,9% dos jovens, disseram checar a veracidade das

informações, o que pode sinalizar uma preocupação em identificar informações que sejam falsas, havendo até uma resposta que exemplifica esse dado “Eu sigo pessoas que eu acredito terem opiniões políticas próximas às minhas, e com os comentários delas, procuro as fontes para garantir que são verdadeiras”.

Cultura, Política, Esporte e Economia são os temas de notícia que são mais acessados pelos jovens. Cultura está em primeiro lugar, com 78,9% dos entrevistados, seguido de Política (73,7%), Esporte (41,1%), e Economia (37,9%). Quando perguntados se acompanhavam notícias sobre política nas redes sociais, 79 entrevistados afirmaram que sim, e os assuntos mencionados foram políticos (66,3%), decisões do Congresso Nacional (55,8%), Campanhas eleitorais (42,2%), entre outros, conforme mostra o gráfico 5. Curioso observar a menção ao Congresso Nacional e o acompanhamento a políticos, já que fazem parte do universo político institucional.

Gráfico 5 – Amostragem por Notícias que costumam acompanhar



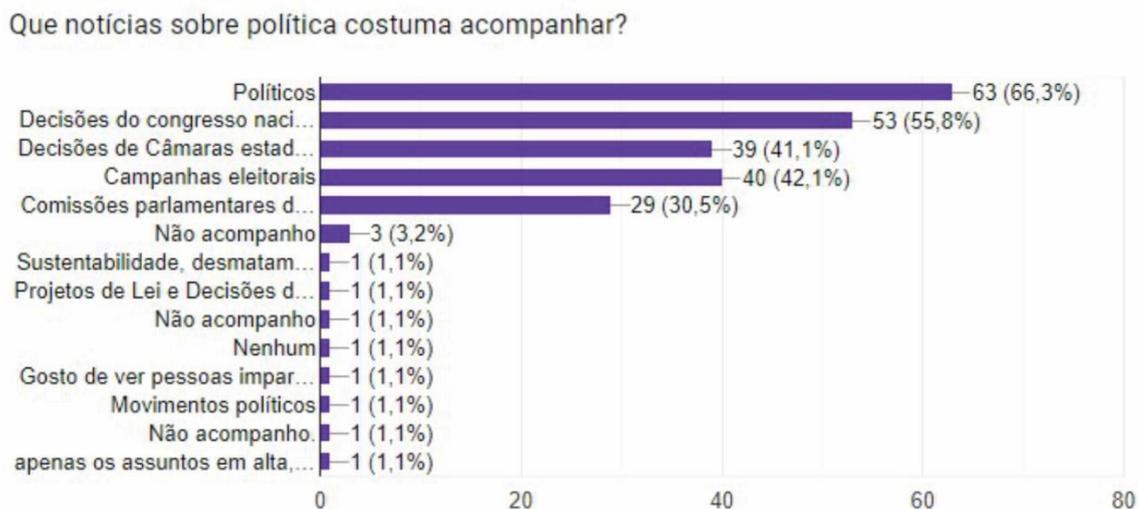
Fonte: Elaborado pelo autor

Dando continuidade, serão apresentados os resultados obtidos na segunda seção, destinada a buscar respostas acerca dos conhecimentos políticos e consumo de informação.

É interessante observar que os jovens não consideram como fonte de informação apenas os veículos de notícia mais tradicionais do país, de forma que Podcasts, Influenciadores Digitais e Páginas de Conteúdo Político, são tratados como fonte de informação, ou seja, acabam exercendo um papel informacional na vida desses jovens

Sendo a política nosso principal enfoque, foram perguntados aos jovens quais tipos de notícia relacionados a esse tema eles estariam consumindo. Candidatos Políticos, Decisões do Congresso Nacional, Decisões de Câmaras estaduais e/ou municipais, Campanhas Eleitorais e Comissões Parlamentares de Inquérito – CPIs.

Gráfico 6 – Notícias sobre política



Fonte: Elaborado pelo autor

Quando solicitados a citarem algum exemplo de notícia acompanhada nos últimos 3 meses, grande parte dos respondentes (26) descreveu ter acompanhado apenas notícias associadas a escândalos políticos nacionais noticiados pela mídia, o que evidencia que esse tipo de repercussão negativa acaba atraindo mais atenção do que outros assuntos. Entre os assuntos que mais repercutiram, temas associados às eleições presidenciais de 2022 foram citados 15 vezes; escândalos políticos com influenciadores digitais como Mamãe Falei⁷ e Gabriel Monteiro⁸, 6 vezes; veto do presidente a leis de incentivo à cultura, 5; cassação do deputado federal Daniel Silveira, 4; Licitações do Exército na compra de insumos para produzir cloroquina⁹, 3. Apenas 14 respostas não tinham nenhuma relação com assuntos e decisões políticas.

Com o intuito de aprofundar a investigação sobre o relacionamento do jovem com a política, outras perguntas tinham o objetivo de entender melhor a perspectiva da amostra sobre seus hábitos e conhecimentos políticos. Quando perguntados se recordavam dos candidatos em quem

⁷ Youtuber e ex-deputado estadual por São Paulo, teve seu mandato cassado após áudios sexistas durante a Guerra da Ucrânia. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/folha-topicos/arthur-do-val/>>

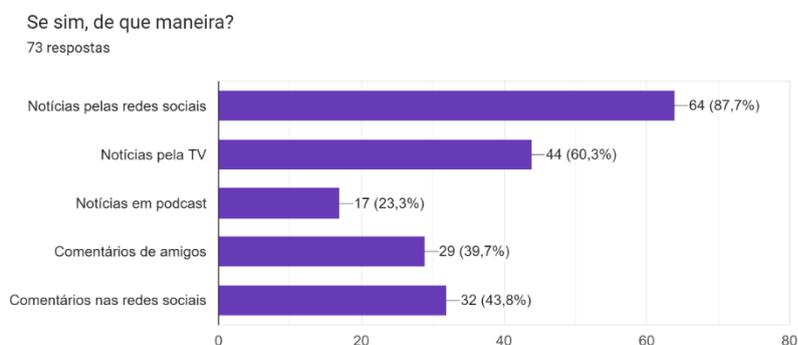
⁸ Ex-policia e youtuber, perdeu seu mandato de vereador pelo Rio de Janeiro por quebra de decoro parlamentar por causa de acusações de estupro, assédio sexual e vídeos forjados para a internet. Disponível em: <<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2022/08/19/gabriel-monteiro-cassado-veja-como-votaram-os-veredores-e-o-que-foi-dito-na-sessao.ghtml>>

⁹ Indícios de fraudes em licitações realizadas pelo Exército para compra de insumos para produção de cloroquina, apontados pelo Tribunal de Contas da União (TCU). Disponível em: <<https://congressoemfoco.uol.com.br/area/governo/tcu-aponta-fraudes-em-contratos-do-exercito-de-insumos-para-cloroquina/>>

votaram nas últimas eleições, 84 jovens disseram que sim. No gráfico abaixo, apresentamos números que apontam os cargos com maior notoriedade como os mais lembrados (presidente, governador e prefeito), seja pela importância e espaço que ocupam na mídia ou pelo número de candidatos disponíveis na eleição. Ainda assim, é possível perceber que alguns entrevistados sequer lembram em quem votaram ou talvez votaram branco ou nulo.

Outro ponto relevante seria descobrir se esses jovens eleitores acompanhavam as atividades de seus candidatos durante a gestão em exercício, e 71,6% responderam afirmativamente. Conforme o gráfico a seguir, podemos notar que as redes sociais são, predominantemente, o meio mais acessado para realizar esse acompanhamento (87,7%).

Gráfico 8 – Acompanhamento de notícias



Fonte: Elaborado pelo autor

Algo que chamou atenção no questionário foi a quantidade de respostas negativas a respeito do conhecimento dos jovens acerca do funcionamento das Câmaras Municipais, Congresso Nacional e demais instituições políticas, com 69,9% dos jovens sem conhecimentos suficientes sobre o funcionamento delas. Esse dado pode indicar que, apesar de exercerem seu papel político em períodos eleitorais, com o voto, os jovens ainda assim possuem dúvidas, além de faltar clareza sobre o papel das instituições. Ao mesmo tempo, 100% dos entrevistados consideram que cargos políticos eleitos por meio de votação são “muito importantes” (67%) e “importante” (33%), não havendo nenhuma escolha para “indiferente”, “pouco importante” ou “nada importante”.

É possível compreender, através das respostas abertas, que alguns descreveram a importância de cargos políticos, realizando uma explicação literal de suas respectivas atribuições. “É através de vereadores, senadores e entre outros, que alguns projetos, são cotados

e votados”, “tudo o que eles fazem reflete diretamente na sociedade”, “eles que definem como será a gestão da cidade”, “pessoas em cargos políticos comandam e tomam decisões que influenciam na vida de todos os cidadãos”, “pandemia deixou evidente a importância das escolhas tomadas por esses cargos possui”. Houve também respostas que foram direcionadas para criticar a política, expondo pensamentos aprofundados que caracterizam a insatisfação com a política nacional.

Não acredito que tais cargos devam ocupar o maior grau de importância na nação, devido ao fato de que estão lá apenas para cumprir o trabalho pelo qual lhes foi confiado pela população, prática essa que frequentemente demonstra não ocorrer na realidade, seja por esquemas de corrupção, indiferenças ou incoerências com a atuação política e as promessas eleitorais, entre outros (Questionário)

Foram obtidas 57 respostas sobre a importância dos cargos políticos, muitas delas bem descritivas e detalhadas sobre o papel que esses cargos assumem na sociedade. Porém, algo se mostrou surpreendentemente positivo nos questionários: a maioria respondeu à pergunta que não era obrigatória, aproveitando o espaço para criticar a corrupção, concentração de poder e outros fatores que são fatores negativos para a governança no Brasil.

Acredito que os Poderes Legislativos são, por grande parte da sociedade, muito esquecidos e escolhidos de maneira aleatória por tantas pessoas, principalmente pelo fato do Brasil ser um dos países que ainda sofre não só com o analfabetismo total, mas funcional - o que agrava a escolha e a formação do senso crítico da população. A criação de normas, leis e projetos são de extrema importância para avaliar o que tais parlamentares realmente estão buscando realizar para melhorias do povo - um total de praticamente nada dos últimos anos para cá. (Questionário)

Além da tentativa de compreender o engajamento político atual dos jovens, o questionário buscou trazer respostas sobre a memória que esses jovens possuem de importantes acontecimentos políticos. No primeiro capítulo, foram apontados alguns movimentos políticos que marcaram a história do país e sua relação com a juventude, então se fez necessário atribuir uma pergunta para saber se a amostra de jovens respondente se recordaria de algum desses movimentos políticos. Cerca de 71% afirmaram que se recordavam de algum movimento político impactante por parte da população.

Entre os movimentos mais citados, as manifestações contra o governo Dilma Rousseff, que acarretaram o processo de impeachment, teve 16 respostas. Seguidamente, as “Jornadas de Junho de 2013”, contra o aumento da tarifa de ônibus em 20 centavos, também citada pelos respondentes em alguns casos como o “Movimento Vem Pra Rua”, teve 15 respostas. Os protestos contra Jair Bolsonaro, em 2018, conhecidos como “Movimento Ele Não”, ou “Mulheres contra Bolsonaro”, foi citado 10 vezes. “Diretas Já” e “Caras Pintadas” também apareceram em 9 respostas, evidenciando que o jovem se recorda de movimentos políticos de grande repercussão que aconteceram recentemente, e também quando ainda não eram nascidos.

Finalizando a segunda seção destinada a conhecer mais sobre a percepção política e informacional do jovem paulistano, buscamos investigar se eles acompanhavam políticos com ideologias ou propostas divergentes a suas convicções políticas, sendo que 49,5% disseram não acompanhar políticos ou notícias da oposição. Por meio de pergunta aberta, que investigava saber como faziam e por quê, foi possível notar que alguns sentem a necessidade de acompanhar a política mesmo que não concordem, ou querem se aprofundar para se manterem inteirados sobre os assuntos. Houve substanciais respostas que citavam o presidente da República Jair Bolsonaro, pela posição que ocupa e sua importância para o governo do país.

É importante estar a par do que os políticos de oposição às minhas ideologias estão produzindo dentro de seus cargos; em especial, quando eles estão em postos de grande visibilidade e/ou decisão. Mas esse acompanhamento é somente por meio das notícias. Não sigo nas redes sociais nenhum político com o qual a postura não compactuo, pois acredito que, no ambiente virtual, esses números de seguidores são equivalentes à poder e influência. (Questionário)

A terceira seção propôs perguntas voltadas para o comportamento dos jovens universitários do estado de São Paulo dentro do ambiente redes sociais, o que seria uma maneira de compreender se as plataformas teriam algum impacto na concepção política dos jovens, e se, de alguma forma, poderiam impactar na maneira como se relacionam com esse tipo de assunto. Entre os jovens que responderam à pesquisa, 85,3 % não costuma ler os termos de uso das redes sociais em que possuem cadastro, 98,9% dos jovens disseram já ter ouvido falar sobre algoritmos, 52,6% afirmaram que têm conhecimento sobre como seus dados são trabalhados dentro dessas redes, e os mesmos 98,9% acreditam que seus hábitos (dados) influenciam os algoritmos que pré-selecionam o que eles estariam interessados em ver.

Em contrapartida, 48,4% afirmam que opiniões e notícias de posicionamento políticos contrários aos seus não costumam aparecer nas recomendações das plataformas. Essa possibilidade já tinha sido aventada, pois, como foi descrito no segundo capítulo, o ambiente das plataformas cria filtros-bolha que excluem ou minimizam a entrega de conteúdos dissonantes aos gostos particulares analisados através dos dados de seus usuários, facilitando a criação de um ambiente polarizado. É possível que aqueles que recebem esse tipo de conteúdo, mesmo que não possuam o mesmo alinhamento político, possam ser os mesmos que responderam sentir a importância de acompanhar notícias e políticos, mesmo que em oposição a suas crenças ou valores ideológicos, fazendo com que o algoritmo note esse hábito e entregue mais esse tipo de conteúdo.

Um primeiro problema é a representatividade do que vemos em uma rede. Como, em uma página, são exibidos conteúdos automaticamente direcionados para o que você já mostrou interesse, a representação desses dados para qualquer pesquisa é muito limitada – ao olharmos as postagens, não estamos vendo um panorama, mas uma faixa

muito definida de tudo o que está sendo postado. O resultado é cumulativo: cada item assinalado define os próximos de acordo com a semelhança entre eles. Como o algoritmo escolhe nos mostrar coisas das quais já gostamos, baseado em nossas atividades anteriores, a tendência é recebermos sempre informações semelhante – e a validade disso para uma pesquisa, seja qualitativa ou quantitativa, tende a ser baixa. (MARTINO, 2018, p. 87)

Outro dado importante de ser observado é o fato de que, 93,7% dos respondentes disseram possuir algum plano de dados nos seus smartphones, sendo que, desse total, 74,4% afirmaram que seu plano oferecia internet ilimitada para utilizar alguns aplicativos. Seguidamente, todos os 67 respondentes citaram possuir WhatsApp ilimitado, 30 deles Facebook, 20 Instagram, 12 Twitter e outros 12 plataformas de música, mobilidade e serviços de alimentação. Porém, apesar da quantidade de aplicativos que não consumiam diretamente o plano de dados móveis, a maioria (53%) afirmou que o fato de estarem disponíveis no pacote não faz com que os utilizem.

3.1.2 Entrevistas semiestruturadas

Como já foi dito anteriormente, a dificuldade em reunir jovens para a realização de grupos focais levou o pesquisador a realizar entrevistas individuais semiestruturadas. De acordo com Martino (2018, p.154), a entrevista seria o melhor modelo para extrair as opiniões, vivências e experiências das pessoas a respeito do objeto investigado, substituindo as discussões do grupo focal. Buscando um meio de obter respostas mais livres e aprofundadas, a entrevista semiestruturada se mostrou um modelo eficiente e capaz de trazer mais informações sobre o comportamento e a relação do jovem que estuda em instituições de ensino em São Paulo com a política e as redes sociais, de maneira que

As perguntas deixam espaço para a entrevistada desenvolver ideias e mesmo propor tópicos paralelos. Com isso, a riqueza de informações aumenta – assim como o trabalho no momento de transcrever e analisar os dados. Entrevistas semiabertas são utilizadas quando o objetivo é conhecer o pensamento do entrevistado sobre determinado assunto, dando uma margem de liberdade para suas próprias considerações e mudanças de rumo, mas sem perder o recorte específico da pesquisa (MARTINO, 2018, p.157)

No pensamento de Gil (2008), é possível enxergar outras perspectivas no modelo de entrevista semiestruturada, observando pontos de vista particulares sobre os fatos, a fim de mapear e compreender a maneira como os respondentes se relacionam com o objeto de estudo. As crenças, valores, atitudes e motivações podem ser investigadas junto à sua influência no comportamento, e dentro de contextos sociais específicos, “a entrevista é bastante adequada

para a obtenção de informações acerca do que as pessoas sabem, creem, esperam, sentem ou desejam, pretendem fazer, fazem ou fizeram, bem como acerca das suas explicações ou razões a respeito das coisas precedentes” (SELLTIZ et al., 1967, p. 273 apud GIL, 2008, p. 128).

A escolha dessa metodologia foi feita para que os entrevistados se sentissem à vontade para expressar suas percepções, gerando novas reflexões acerca dos temas trabalhados (MARTINO, 2018). Estimular os entrevistados a falarem mais e aprofundarem suas respostas se mostrou um grande desafio, e não foram raros os momentos em que eles se mostraram extremamente objetivos e sucintos em suas respostas, exigindo do entrevistador uma pergunta subsequente que os estimulasse a desenvolver mais suas respostas. O problema de fazer essas perguntas está previsto na técnica da entrevista semiestruturada, com o intuito de investigar mais a fundo as respostas. Nesse caso, é preciso manter a cautela para evitar induções que produzissem vieses.

Foram encontrados 6 jovens que estudam em diferentes instituições na cidade de São Paulo, e dispostos a participar da entrevista semiestruturada por meio da plataforma Google Meets, durante o período de 10 a 23 de julho de 2022. Todas as entrevistas foram gravadas em áudio e vídeo, sendo posteriormente realizadas suas transcrições, disponíveis ao final, nos apêndices desta dissertação. Será apresentado brevemente o perfil detalhado de cada um dos entrevistados, que terão suas identidades preservadas de acordo com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido assinado por eles e disponível nos apêndices da pesquisa. Para obtermos um panorama sobre seus perfis, constam a seguir, as respostas individuais extraídas da primeira parte da pesquisa, presentes no questionário aplicado.

Entrevistado 1: Possui 23 anos, cursa Design de Games na Universidade Anhembí Morumbi. Utiliza as plataformas Facebook, YouTube, WhatsApp, costumando utilizar redes sociais por pelo menos 2 horas por dia. Declarou que se informa por meio redes sociais, sites de portais noticiosos e televisão. Utiliza, como meios de informação, o Jornal Hoje, SP1, Jornal Nacional, Canal Globo, SBT e Rede TV! e Record, além de costumar verificar outras fontes das informações. Avalia que cargos políticos são importantes, pois compreende a importância dos cargos, mas sente-se indiferente em relação a essa questão, devido ao que chamou de “má fé” a administração da máquina política presente no Brasil.

Entrevistado 2: Possui 22 anos, cursa Engenharia elétrica na Universidade São Judas Tadeu. Utiliza as plataformas Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, WhatsApp, e costuma utilizar redes sociais por mais de 4 horas por dia. Declarou que se informa por meio de redes

sociais, sites de portais noticiosos, podcast e televisão. Utiliza como meio de informação G1, Uol, Fofocalizando, TNT Sports, Podpah, Globo e Band, além de costumar verificar outras fontes das informações. Avalia que cargos políticos são muito importantes pois, segundo ele, tudo o que é feito pelos cargos políticos reflete diretamente na sociedade.

Entrevistado 3: Possui 24 anos, cursa Psicologia na UNIP. Utiliza as plataformas Instagram, YouTube, WhatsApp por pelo menos 1 hora por dia. Declarou que se informa por meio de sites de portais noticiosos e redes sociais. Utiliza, como meio de informação, Mídia Ninja e BBC News, além de costumar verificar outras fontes das informações. Avalia que cargos políticos são importantes pois não enxerga mudanças claras realizadas por meio da política, exceto as reformas realizadas na cidade. Para ele, não há “força nos cargos abaixo da presidência”.

Entrevistado 4: Possui 24 anos, cursa Design de Interiores no Senac. Utiliza Instagram, Twitter, YouTube, WhatsApp por mais de 4 horas por dia. Declarou que se informa por meio de sites de portais noticiosos, redes sociais e podcast. Utiliza, como meio de informação, Folha, G1, Podpah, Inteligência Ltda, página de notícias do Twitter, além de costumar verificar outras fontes das informações. Avalia que cargos políticos são importantes, pois seriam eles “os responsáveis por organizar e cuidar da cidade e população”.

Entrevistado 5: Possui 23 anos, cursa Engenharia de Software na PUC-SP. Utiliza Instagram, Twitter, YouTube, WhatsApp e TikTok por mais de 4 horas por dia. Declarou que não costuma se informar por redes sociais. Utiliza, como meio de informação, sites de portais noticiosos e Podcasts como Exame, Poder 360, Xadrez Verbal e A Semana, além de costumar verificar outras fontes das informações. Avalia que cargos políticos são muito importantes, porém não respondeu a respeito da sua escolha.

Entrevistado 6: Possui 18 anos, cursa Direito na Faculdade Anhanguera. Utiliza Instagram, YouTube e WhatsApp entre 1h e 2h por dia. Declarou que costuma se informar por redes sociais. Utiliza, como meio de informação, sites de portais noticiosos, Podcasts e televisão, citando, como exemplo, G1, Data Folha, Jornal Nacional, Jornal da Record, e verifica outras fontes de informação. Avalia que cargos políticos são muito importantes, devido ao fato de que, “é de extrema importância que as decisões tomadas sejam compatíveis com as nossas necessidades, isto é, atenda as expectativas nas quais elegemos tal servidor.”

É possível notar que o perfil dos entrevistados é predominantemente de estudantes universitários da rede particular de ensino. Todos eles utilizam sites de portais noticiosos para se informar, predominantemente com a preocupação de pesquisarem outras fontes de notícias quando necessário, além de serem usuários de ao menos 3 redes sociais distintas.

O roteiro de perguntas para o desenvolvimento da pesquisa foi elaborado conforme os procedimentos metodológicos citados por Martino (2018). Seguiu-se o objetivo de conhecer o pensamento do entrevistado, aproveitando-se da margem de liberdade proposta pelo roteiro semiestruturado, a fim de aprofundar determinadas questões, permitindo mudanças de rumo caso fosse necessário, sem que se perdesse o recorte específico da pesquisa.

Segundo Martino (2008), é necessário investigar as opiniões e experiências pessoais que levam os participantes a construir uma linha de raciocínio, lidando com a subjetividade, motivações e elementos pessoais dos participantes da pesquisa. Inicialmente, o roteiro de perguntas buscou introduzir a questão da importância das redes sociais para a formação política da sociedade em geral, sendo uma maneira de identificar o quanto os entrevistados sabem ou já refletiram sobre o assunto. Na sequência, os temas foram:

3.1.2.1 Análises

A seguir, apresentamos os temas mais aprofundados com os participantes das entrevistas semiestruturadas, organizados em tópicos.

Internet e Redes Sociais

Quase todos os entrevistados reconheceram a importância das redes sociais na construção do debate político, porém, ainda assim, mantiveram sua declaração com ressalvas. Apesar de ser unânime o reconhecimento do potencial comunicacional exercido dentro das plataformas, é possível enxergar que esse território necessita de cautela, pois, como constatado, os jovens percebem que não é possível confiar plenamente em todas as informações extraídas do ambiente digital. A facilidade de se informar traz consigo também a necessidade de cuidados na hora de avaliar a veracidade das informações, pois eles sabem que a liberdade de expressão anda paralelamente com as inverdades produzidas, podendo ser prejudiciais ao processo democrático.

É interessante notarmos que, quando questionados sobre as redes sociais serem meios de informação eficientes para a compreensão profunda da política, houve uma exaltação dos

benefícios que a internet pode proporcionar, sua velocidade, instantaneidade, facilidade na obtenção de respostas, conectividade. Porém, há uma tensão nessa facilidade, justamente pelo fato de esses jovens estarem sempre atentos às informações que chegam até eles, em um primeiro momento, questionando sua veracidade. Fica evidente que, apesar de toda facilidade trazida pelos aparatos tecnológicos, ainda há muitas ressalvas a respeito das armadilhas que se encontram nesse meio repleto de informações.

A facilidade de se ter uma ferramenta que permita acessar conteúdos e checar informações a qualquer hora e em qualquer lugar exige um esforço. Entretanto, nos parece ser um comportamento natural do jovem, pesquisar a veracidade das informações, como um dos entrevistados descreve:

É assim... o jeito mais simples possível, tem o título da notícia, por exemplo "deputado x lançou uma lei contra a homofobia", vamos dizer assim, primeira coisa que apareceu na cabeça. Eu dou uma olhadinha na descrição, se é algo que me interessa eu vou direto ao artigo que encontrei na primeira vez e vou dar uma lida, aí eu vou pesquisar mais a fundo, se houver ausência de outras plataformas que deveriam estar mostrando essa notícia, eu já meio que penso, acho que pode até estar falando a verdade, mas eu não tenho como dar credibilidade, logo eu vou ignorar. Agora, por exemplo, se ele lança essa notícia pequenininha, eu vou lá procurar e acho 10 plataformas grandes como G1, Record ou SBT que estão falando sobre isso, aí eu tenho como dar credibilidade e falar, "opa, beleza!", é algo que está acontecendo mesmo. (ENTREVISTADO 1, disponível em Apêndice 3)

Pela diversidade de fontes e informações, a internet é tratada como uma ferramenta para várias atividades, sendo vista como uma espécie de oráculo que contém praticamente qualquer resposta, especialmente os mecanismos de busca. Porém, é importante observar que, em relação estritamente às redes sociais, verificamos que não há, necessariamente, uma busca por notícias, porque elas chegam aos jovens entrevistados a partir dos grupos nos quais esse jovem está inserido. Ou seja, o primeiro contato com determinados assuntos chega por meio das redes sociais, nas quais os algoritmos realizam o papel de selecionar a mensagem que os participantes gostariam de ver, e apenas no segundo momento, eles realizam uma checagem da veracidade do conteúdo recebido.

Desinformação e Fake News

A solução proposta pelos participantes para o enfrentamento das informações inverídicas foi a pesquisa em outras plataformas e meios de comunicação. Isso não significa que o fazem com todas as notícias, ou mesmo frequentemente, e por isso decidimos perguntar se haveria o potencial de uma rejeição prévia estar associada ao veículo de notícia, influenciador, ou político que a disseminou.

Outro cenário a ser observado é o de confiança prévia em determinado veículo, não realizando a tarefa de checagem das informações, diferentemente do comportamento apresentado quando não sentem confiança clara no mensageiro que produziu a informação. É notável que realizam a checagem de fatos quando se interessam por determinado assunto. Um dos entrevistados classifica:

As redes sociais é um meio muito cômodo de disseminar informação, principalmente informação errada, informação falsa. Eu acho que sempre pode recorrer ao Google, acho que é uma ótima fonte. Para você saber se o que você está vendo é verdade ou é mentira, né, checar as contas, aquela coisa facilita, mas você precisa ter um pouco de bom senso né? Para você confirmar as informações. (ENTREVISTADO 5, Apêndice 7)

O que nos pareceu, durante as entrevistas, é que os entrevistados fazem a checagem de alguns assuntos pelo conhecimento ou aproximação com o tema, o que é positivo para os temas de maior afinidade, e menos para os que têm menos conhecimento. Nesse sentido, se o jovem não possui bagagem ou referências, simplesmente pode absorver a informação sem questioná-la, o que nos leva a pensar na Alfabetização Midiática e Informacional como política e estratégia pública para que os jovens façam melhor uso das redes sociais, afinal, estariam mais preparados para lidar com situações como essa.

Credibilidade dos veículos jornalísticos

A credibilidade dos conteúdos informativos que são consumidos pelos participantes da pesquisa pareceu estar estritamente ligada à marca que divulga a notícia, como Globo, SBT, BBC, também amplamente citados pelos respondentes do questionário aplicado anteriormente. A hipótese é a de transferência de credibilidade para o ambiente digital das marcas que se consagraram nos meios de comunicação de massa, como jornais e televisão. Os respondentes manifestam certo respeito pela trajetória construída por esses veículos da mídia televisiva brasileira, que carregam o peso de sua reputação, como no caso “eu confio quando sai em um grande jornal, em uma grande mídia, acabo acreditando.” (ENTREVISTADO 2, disponível em Apêndice 4). Em outra resposta, “como eu não conheço muito, sou meio leiga nesse quesito. Eu acho que eu vou mais pelo nome, ou assim, como eu falei, né, BBC, no jornal, a gente já sabe.” (ENTREVISTADO 3, disponível em Apêndice 5), se referindo ao fato de não se inteirar sobre assuntos políticos, mas reafirmando a confiança em grandes veículos de notícia.

Porém, também estão cientes dos próprios posicionamentos, pois analisam que a neutralidade não existe:

...se teve uma coisa que eu aprendi é que não existe neutralidade, simplesmente não

existe, não importa o quanto por fora você esteja dos dois lados do assunto, se você não gosta de nenhum dos dois, você cria um terceiro, é automático. Não tem como ser neutro, agora o que é importante, é não deixar os fatos para trás... (ENTREVISTADO 1, disponível em Apêndice 3)

Quando perguntados se haveria uma rejeição em ler ou assistir conteúdos de perfis e páginas por preconceito em relação a uma percepção prévia de quem as veiculou, as respostas novamente retornaram ao fato de que a checagem seria um meio ideal de solucionar esse impasse entre acreditar ou não.

Sobre os algoritmos

Outro ponto abordado nas entrevistas foi sobre os algoritmos que levariam os usuários a fazerem parte de uma bolha social com potencial de aprofundar divergências políticas. Os entrevistados disseram ter consciência sobre o assunto, apesar de não possuírem muitos conhecimentos sobre o funcionamento dos algoritmos, ainda assim, entendiam que as redes sociais realizavam o serviço de curadoria, subjugando e limitando o acesso a outros conteúdos ao transmitir somente o que previamente é percebido pelos algoritmos como interessante aos entrevistados.

Ah... com certeza! Quer dizer, eu acredito que você acaba gerando uma bolha, mas eu acho que o algoritmo vai trazer para você o que você quer. Eu tenho muita percepção que ele não vai querer trazer coisas que você não queira ver né? Eu acho que vai mais da pessoa. Será que a pessoa está disposta a escutar o que o influenciador X e o influenciador Y tem a dizer? Ela quer escutar os dois? Eu acho que o algoritmo vai fazer alguma coisa, conforme o interesse. É mais ou menos dessa forma mesmo. (ENTREVISTADO 5, disponível em Apêndice 7)

É possível que o hábito de usar a rede social frequentemente faça com que os usuários reconheçam um padrão de funcionamento, basicamente como explicado pelo entrevistado: “se você consome só uma coisa, basicamente é aquela coisa que vai aparecer para você, mas se você tem curiosidade de saber outras coisas, você vai ter que pegar e sair da bolha e pesquisar...”. Logicamente, a arquitetura das plataformas é obscura, assim como esclarecido no segundo capítulo, mas devemos considerar que elas realizam um papel de protagonismo na seleção dos conteúdos entregues para seus usuários.

Por exemplo, o TikTok agora está virando a plataforma mais acessada que o Google, então assim... o papel da sua importância está ali, ele concentra muita gente e dependendo do algoritmo e da forma que é feita entrega de alguma notícia, seja algo perturbador ou bom, afeta com certa severidade a população.

Visão sobre a política

A questão da polarização política presente no contexto contemporâneo despertou o interesse de investigar se os jovens teriam a capacidade de discernir verdades e mentiras em discursos, notícias ou informações provenientes de seus opostos ideológicos. Unanimemente, todos assentiram que é necessário realizar a tarefa de receber a notícia e filtrar a informação, e quando necessário, fazer a checagem dos fatos. Os entrevistados disseram que, em se tratando de política, muitas mentiras podem ser contadas, o que não os impede de continuar atentos e ativos em acompanhar o que é dito antagonicamente a suas crenças e ideias: “tem alguma narrativa ali? Tem só verdade? É distorcido ou não? Acho que é importante verificar, porque podemos tanto de um lado que você acredita, quanto de outro, qualquer uma das partes pode ser enganada, então é bom verificar o lado das duas”. (ENTREVISTADO 2, disponível em Apêndice 4).

Por mais que não concordem com tudo o que é dito, ficou evidente a preocupação de acompanhar o que se mostra importante no meio político. A questão da polarização fica, de certo modo, em segundo plano, pois independentemente de acreditarem ou não no que é divulgado, sentem a necessidade de manter-se informados. A solução para esse problema se mostra novamente, conforme os tópicos abordados anteriormente, na simples consulta a outras fontes, o que os permitiria desvendar até que ponto as informações seriam falsas ou verdadeiras.

Não foram poucas as vezes em que a idoneidade da política brasileira foi colocada em xeque, sendo possível notar que a associação de mentiras com a questão política está presente na visão dos participantes das entrevistas. A descrença em figuras políticas e informações provenientes desse meio foi associada a mentiras, mostrando que há uma visão negativa quando se trata de debate político. O quarto entrevistado afirma que “tirar conclusões sobre certas pessoas é muito mais difícil do que você querer saber sobre algum ato histórico específico”, e prossegue:

eu...geralmente não sigo coisas políticas em geral por causa disso (se referindo ao fato da política ser polarizada e de certa forma hostil), essas pessoas, elas colocam um negócio na cabeça e elas querem mesmo que isso seja uma mentira, elas querem colocar na sua cabeça de qualquer jeito... Isso é uma das coisas que fazem eu evitar de ficar vendo política, porque é sempre a mesma coisa, isso me irrita bastante. Então eu só pesquiso quando me interessa e quando alguma coisa é bem interessante, só isso que eu vou atrás (ENTREVISTADO 4, disponível em Apêndice 6)

Os influenciadores

Ao abordar os influenciadores digitais, constantemente encontrados no ambiente das plataformas e redes sociais, buscamos explorar como os jovens poderiam validar a credibilidade

de determinado influenciador(a) digital.

Os entrevistados não necessariamente se referiram a influenciadores ligados a política, mas atribuíram responsabilidade com relação ao que informam aos seus seguidores, cobrando honestidade. Para cancelar uma informação transmitida por um influencer, os entrevistados disseram fazer pesquisas nas redes sociais em busca de conhecer seus perfis. A partir disso, podem ou não confiar neles. Os métodos para obter informações nas redes sociais desses influenciadores são diversos, porém, necessários, de acordo com o ponto de vista dos participantes. Um dos entrevistados disse que a tarefa de pesquisa feita em relação aos influenciadores é semelhante a que deve ser realizada com candidatos políticos.

Olha, é o mesmo filtro do candidato. Acho que cada um tem sua perspectiva, e não podemos sair por aí acreditando em tudo que se vê na internet, mesmo que seja das pessoas que a gente, em teoria, confia. Eu faço a filtragem do mesmo modo como faço com candidato políticos, vou pesquisando, porque pode ter distorção na fala. Influenciador digital ganha dinheiro pelo que fala na internet, então não dá para sair confiando nas pessoas por aí (ENTREVISTADO 2, disponível em Apêndice 4)

Como tornar a informação política mais atraente?

Finalizando o roteiro de entrevistas, abordamos o que poderia atraí-los mais ao debate político. Apesar das respostas esperadas sobre a política ser importante na vida dos cidadãos, destacamos que, apesar de alguns entrevistados se mostrarem indiferentes em relação a influenciadores digitais, ainda assim, propuseram sugestões que incluíam a presença desses profissionais da internet como atrações para o tema política: “o investimento em influencer, trazer eles para falarem sobre isso (política), porque, hoje em dia, nas redes sociais tem muita visibilidade. Pessoas como a Anitta falarem sobre isso, acaba atraindo o interesse dos jovens.” (ENTREVISTADO 2, disponível em Apêndice 4)

Na visão dos entrevistados, o modelo de comunicação dos influenciadores com o público se mostrou aparentemente mais eficiente na hora de introduzir assuntos densos como a política. Em um dos casos, o entrevistado elogiou a forma como os influenciadores explicaram a guerra entre Rússia e Ucrânia, em vídeos curtos de até 2 minutos que podiam ser encontrados no Twitter. Influenciadores digitais e celebridades seriam credíveis e acessíveis, selecionados a partir da sua popularidade e visibilidade, principais critérios para impactar jovens e atrair atenção para assuntos sobre política.

Outro jovem exaltou a tendência de professores estarem criando contas e disseminando conteúdos que conhecem mais profundamente nas redes sociais. Nesses casos, analisa, é importante fugir da linguagem acadêmica para uma comunicação mais leve e compreensível

para os jovens, a fim de despertar interesse desse grupo pelo tema. Assim, quem fala e como fala nos parecem ser condições para maior aproximação do jovem com a política.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa dissertação buscou contribuir para se pensar as relações entre a juventude, o consumo de informação política e as plataformas digitais. Dessa maneira, buscamos responder a seguinte pergunta: “Como as plataformas digitais podem contribuir no interesse de jovens universitários de São Paulo pelo debate político institucional?”.

Foi possível compreender traços da juventude paulistana que evidenciam a maneira como o jovem participa do debate político institucional dentro do ambiente digital, assim como foram observadas evidências por meio dos resultados e de outras pesquisas do mercado. Os jovens se mostraram usuários ávidos das plataformas digitais, e consumidores de todo e qualquer tipo de conteúdo, inclusive o político.

Dentro dessa perspectiva, o foco da pesquisa teve como objetivo encontrar o que atrai e influencia o jovem universitário que estuda em instituições de São Paulo no âmbito da política nas redes sociais. Acreditamos que poderíamos sinalizar alguns resultados que devem ser aprofundados em outras pesquisas, o que, em nosso percurso, não foi possível.

Apesar de os jovens ainda estarem passando por uma fase de amadurecimento das suas ideias, seu papel social não deixa de ser relevante, como contextualizado anteriormente. Os jovens se mostram capazes de levantar novas pautas e até impor transformações importantes. Historicamente, estiveram presentes nas principais manifestações democráticas, e hoje, exercem seu ativismo político dentro das redes.

Vivendo em uma sociedade hiperconectada, os jovens absorvem a maior parte dos conteúdos e mensagens por meio das plataformas, assim como faziam com a televisão e rádio. São um público com características próprias, e atingidos por influenciadores que realizam a tarefa de simplificar mensagens que podem ser consideradas desinteressantes ou incompreensíveis, segundo os participantes da pesquisa.

Como analisado anteriormente por meio dos dados obtidos, podemos afirmar que o jovem entrevistado nesta pesquisa é acostumado a utilizar as redes sociais como meio de informação, inclusive quando se trata de política. Os resultados não são novidade, considerando os dados de outras pesquisas. Apesar de não se restringirem apenas a assuntos políticos,

podemos ressaltar que há um grande interesse entre os participantes em acompanhar esse tipo de assunto.

Apesar do pensamento de Castells (2019), exposto no primeiro capítulo, evidenciando que o jovem não confiaria em instituições políticas, isso não diminui o interesse pelo debate político, considerando o recorte que fizemos nessa pesquisa, jovens universitários que estudam em instituições de São Paulo, e os participantes. Devemos fazer distinção entre a questão de interesse e confiança nas instituições.

Como observado na pesquisa, 83,2% dos jovens que responderam o questionário costumam acompanhar notícias políticas em suas redes sociais, sendo que apenas 30% consideraram possuir conhecimentos suficientes sobre o funcionamento das câmaras municipais, congresso nacional e demais instituições políticas. O fato de a política estar presente na vida desses jovens participantes da pesquisa não necessariamente faz com que compreendam profundamente seu funcionamento, mas, mesmo assim, os estimula à participação nos debates presentes, predominantemente, nas redes sociais. É o que mostrou a pesquisa Juventude e democracia na América Latina (2022), citada anteriormente nesta dissertação, com jovens entre 16 e 24 anos que afirmaram ter começado a ganhar consciência política ao verem comentários nas redes sociais de pessoas que seguiam ou de influenciadores de quem gostavam e concordavam, o que fazia com que pensassem em agendas que, até então, eram desconhecidas ou incompreendidas.

O fato de os jovens carecerem de um conhecimento profundo sobre assuntos políticos não os impede de acompanhar notícias e se mobilizarem. Foi possível observar, com a pesquisa, que os jovens possuem seus próprios meios de se informar e contornar as armadilhas impostas pelas “*fake news*”

Sendo assim, o potencial disruptivo causado por informações falsas distribuídas nas plataformas, na perspectiva de Castells (2018), é cinco vezes mais eficaz em sua influência do que o potencial positivo. A prática é comumente adotada por estrategistas políticos profissionais, que se apropriam da arquitetura das redes sociais para alcançar seus objetivos, mesmo que envolvam desinformação, algo tão prejudicial à democracia.

Foi possível analisar que o jovem que participou da pesquisa segue a tendência global de se informar amplamente por meio das plataformas digitais. A televisão e os sites de portais noticiosos não perderam sua relevância, sendo amplamente utilizados. Ou seja, eles transitam entre os meios digitais e de massa, um complementando o outro. Algo que chamou atenção foi a quantidade significativa de jovens que, no questionário, apontou os podcasts como fontes de

informação, evidenciando uma nova tendência que merece destaque, e que também já foi captada pelos meios de comunicação que inundam todos os dias, em outras e nas diversas plataformas, conteúdos diversos, inclusive os de política.

Percebemos, também, que os participantes da pesquisa parecem estar familiarizados com o termo “algoritmo”, e possuem um entendimento mais superficial da sua aplicabilidade dentro das plataformas. Não é evidente que compreendam seu impacto direto em questões políticas e no consumo de notícias, pois o foco da pesquisa não buscou identificar, com profundidade, seus conhecimentos acerca do objeto.

O fato de enxergarem que os algoritmos pré-selecionam os conteúdos mostrados não evidencia que os jovens compreendem, de maneira consistente, o impacto que isso possa exercer na sua formação política. Porém, foi possível analisar que a maioria dos jovens participantes no questionário e nas entrevistas não costuma ler os termos de uso das redes sociais em que possuem cadastro, e quase metade deles não tem conhecimento sobre como seus dados são trabalhados pelas plataformas.

É importante observarmos que os participantes utilizam, preferencialmente, o smartphone para acessar redes sociais. A utilização do aplicativo WhatsApp se mostrou unânime por parte dos jovens, sendo, inclusive, a principal ferramenta de comunicação para envio de mensagens em todo país.

O aplicativo de mensagens também se caracteriza como uma plataforma digital e, por isso, possui brechas que o fizeram ser uma eficiente ferramenta de desinformação massiva. Como explica Mello (2019), o WhatsApp exerceu um papel importante nas eleições brasileiras de 2018, quando foi utilizado como instrumento de campanha política, tendo sido, talvez, a mais eficiente mídia utilizada para o envio maciço de mensagens, inclusive de informações inverídicas.

Outro ponto notório que merece ser considerado é a confiança que as maiores e mais tradicionais marcas de veículos de informação possuem na percepção dos jovens entrevistados. Segundo a pesquisa Juventudes e Democracia na América Latina (2022), embora a mídia tradicional tenha sido avaliada pelos jovens como pouco transparente, com informações enviesadas, além de atenderem interesses político-partidários, e, portanto, não serem totalmente confiáveis, ainda assim aparecem como um “porto seguro” diante da proliferação de notícias falsas na internet.

Os veículos de notícia e portais digitais citados pelos jovens participantes da pesquisa foram os mesmos que figuram no relatório do Digital News Report (2022), do Reuters Institute,

no qual o brasileiro costuma acessar, primordialmente, Globo News (incluindo G1), UOL online, Record News (R7), Folha de S. Paulo e BBC News, mostrando que a mídia tradicional ainda possui uma relevância significativa.

Também observamos a questão do zero-rating para verificar a dependência dos jovens de determinados aplicativos gratuitos que os tornam reféns desse ambiente, justamente porque sair deles implica em custos. Os 90 respondentes do questionário afirmaram possuir algum plano de dados em seus smartphones, dos quais 74,4% caracterizam-se como zero-rating. Mesmo sabendo da popularidade desse tipo de serviço oferecido, surpreende o fato de todos os respondentes terem citado possuir acesso à plataforma WhatsApp.

O perigo é que, no caso de se depararem com alguma informação ou notícia dentro da plataforma, o redirecionamento para fora desse ambiente acarretaria no consumo de dados, o que poderia implicar na negativa de seguir o trajeto da informação para se aprofundar além da manchete e atestar a sua veracidade.

Foi possível notar, por meio das entrevistas, que os jovens estão acostumados com a questão das informações falsas que são distribuídas na internet. De certa forma, parecem conviver naturalmente com a questão, pois estão conscientes e desenvolveram seus próprios meios de se protegerem. Alguns dos entrevistados afirmaram que costumam procurar outras fontes, realizam pesquisas no Google e YouTube, leem a notícia integralmente. Assim como na pesquisa Juventudes e Democracia na América Latina (2022), os jovens também possuem suas ressalvas e técnicas para se prevenirem.

A respeito das plataformas, de acordo com Sollitto e Alejandro (2022), a geração Z¹⁰ está utilizando o TikTok como principal ferramenta de pesquisa. Em contrapartida, notamos que o jovem participante da nossa pesquisa acompanha a tendência mundial, evidenciando o hábito de acessar a plataforma, que foi citada por 46,3% dos respondentes. Dados do Digital News Report (2022) corroboram a afirmação, evidenciando que, entre os jovens de 18 a 24 anos usuários de redes sociais em todos os países, 40% utilizam a plataforma TikTok, sendo que 15% o fazem com o propósito de se informarem.

Amparados pela pesquisa, podemos afirmar que está surgindo uma nova tendência na preferência em relação a plataformas pois, para uma parcela dos jovens, “o facebook já figura como uma rede menos utilizada, pois tende a ser associada a pessoas mais velhas. Em seu lugar

¹⁰ Os nascidos depois dos anos 2000. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/tecnologia/tiktok-substitui-o-google-como-ferramenta-de-busca-entre-os-mais-jovens/>>

entram o Instagram e o TikTok, mais utilizados para ver conteúdos leves, com humor, geralmente de amigos e familiares.” (JUVENTUDES E DEMOCRACIA NA AMÉRICA LATINA, 2022, p.17)

O Youtube, outra plataforma muito citada pelos respondentes, se caracteriza por apresentar o conteúdo dos canais de podcasts mais assistidos, apontando para uma nova tendência no consumo de informação, principalmente porque, entre os exemplos de podcasts citados, a maioria realiza entrevistas com personalidades, temas e discussões políticas.

Acredito que, pela complexidade dos temas abordados nesta dissertação, o aprofundamento de algumas questões foi substituído pelo objetivo de estabelecer um panorama sobre o uso de plataformas digitais e o consumo de informação política por parte dos jovens.

Sintetizando o perfil do jovem estudado, foi possível concluir que os jovens universitários que estudam em instituições em São Paulo e participaram da pesquisa, apesar de estarem inseridos em um contexto social específico, possuem muitas semelhanças com os relatos de outras pesquisas. Inseridos totalmente no ambiente digital, conhecem superficialmente a engenharia das redes, mas não possuem recursos suficientes para se protegerem de todas as ameaças.

De acordo com os próprios jovens, o modelo de influência digital se mostra eficiente, pois estão constantemente acompanhando artistas, ícones e formadores de opinião na internet. É mais fácil, para eles, ter contato com conteúdos leves e divertidos, afinal, esse é o formato predominantemente mais buscado por eles.

As plataformas possuem uma engenharia que padroniza comportamentos e, ao mesmo tempo em que une, tem o potencial de distinguir, polarizando situações além pautas políticas. Sua arquitetura programável é tendenciosa, porém os jovens já perceberam isso, e, quando interessados, buscam respostas além das suas bolhas.

O debate político dentro das redes pode ter diferentes faces, mas devemos analisar que essa é a nova realidade em que vivemos. Não há apenas questões negativas. Os próprios jovens trazem transformações positivas, sentem a necessidade de se expressar, e criam seus próprios conteúdos.

Acredito que poderemos evoluir à medida que o ambiente digital for desmistificado. As “fake news” são combatidas com campanhas de informação e letramento midiático, sendo que o jovem parece aprender cada vez mais a filtrar os conteúdos a que possui acesso. Na questão política, as plataformas continuarão sendo, por algum tempo, o principal meio de informação,

o que deveria fazer com que se aumentasse o diálogo entre empresas e sociedade, a fim de proteger os jovens dos perigos que comumente aparecem dentro desse ambiente.

REFERÊNCIAS

BAUER, Martin W., GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto: imagem e som um manual prático**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

BOURDIEU, Pierre. **Questões de Sociologia**. Lés Editions de Minuit, 1984

BORELLI, Silvia Helena Simões; ROCHA, Rose de melo; OLIVEIRA, Rita de Cássia Alves, LARA, Marcos Rodrigues de. **Jovens urbanos: ações estético-culturais e novas práticas políticas**. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud [online]. vol.7, n.1, p.375-392, 2009

CAMARGO, Aline; MAGNONI, Antonio Francisco; MIRANDA, Giovani Vieira; **Comunicação Política, Internet, Juventude e Participação: proposta de reflexão**. Comunicação - reflexões, experiências, ensino. Curitiba, v.14, n.1, p. 087-098, 2018.

CARDOSO, P. O.; DIAS, L.D.; DOULA, S.M.; **Participação política nas redes sociais: um estudo com jovens universitários**. Revista Sociais & Humanas, vol. 30, nº 1. 2017.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. 4 ed. São Paulo / Rio de Janeiro: Paz e Terra. 2019.

_____. **Ruptura: a crise na democracia liberal**. 1 ed. São Paulo: Zahar. 2018.

CAVALCANTI; Davi Barboza. **Quem são os grupos de direita que ganharam as ruas do País? Uma análise de redes com ênfase nos atores e nas pautas do Movimento Brasil Livre e do Vem pra Rua**. Recife, 2019.

CETIC.BR. **Pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros**. São Paulo, 2021. Disponível em: https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20211124201233/tic_domicilios_2020_livro_eletronico.pdf. Acesso em: 17 de nov. de 2021

CUNHA, Vanessa Cristine. **WhatsApp, política mobile e desinformação: a hidra nas eleições presidenciais de 2018**. C&S – São Bernardo do Campo, v.41, n.2, 2019.

DATASENADO, Instituto de Pesquisa. **Panorama Político 2022: O cidadão e o Senado Federal**. Brasília, DF: Senado Federal, 2022. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/institucional/datasetado/arquivos/panorama-politico-2022>> Acesso em: 22 de nov. 2021.

DIAMANDIS, Peter H; KOTLER, Steven. **BOLD: oportunidades exponenciais**. São Paulo, 2012

FREIRE FILHO, J; LEMOS, J. F. **Imperativos de conduta juvenil no século XXI: a “Geração Digital” na mídia impressa brasileira**. São Paulo, 2008

FREIRE FILHO, J; **Reinvenções da resistência juvenil: os estudos culturais e as micropolíticas do cotidiano**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007

FUNDAÇÃO SM. **Pesquisa Juventudes no Brasil**. 2021. Disponível em: <https://redgesm.sharepoint.com/sites/WebsFundacinSM/Shared%20Documents/Forms/AllItems.aspx?id=%2Fsites%2FWebsFundacinSM%2FShared%20Documents%2FGeneral%2FPesquisa%5FJuventudes%5Fno%5FBrasil%5FDIGITAL%2Epdf&parent=%2Fsites%2FWebsFundacinSM%2FShared%20Documents%2FGeneral&p=true>. Acesso em: 22 de dez. 2021.

FUNDAÇÃO TELEFÔNICA VIVO; REDE CONHECIMENTO SOCIAL; IBOPE INTELIGÊNCIA. **Juventudes e Conexões**. 3.ed. São Paulo: Fundação Telefônica Vivo, 2019.

GOHN, Maria da Glória. **Jovens na Política na Atualidade – uma nova cultura de participação**. Caderno C R H, Salvador, v. 31, n. 82, p. 117-133, Jan./Abr. 2018

HARARI, Yuval Noah. **21 lições para o século 21**. São Paulo, Companhia das Letras, 2018.

LANIER, Jaron. **Dez argumentos para você deletar agora suas redes sociais**.

LATOURE, Bruno. **Reagregando o Social: uma introdução à teoria do Ator-Rede**. Salvador - Bauru: Editora EDUFBA- EDUSC, 2012

LAVAREDA, Antonio. **Neuropolítica: o papel das emoções**. REVISTA USP, São Paulo, n.90, p. 120-146, junho/agosto 2011

LIPOVESTKY, Gilles; SERROY, Jean. **Cultura-mundo: resposta a uma sociedade desorientada**. São Paulo. Companhia das Letras, 2011.

LIPOVESTKY, Gilles. **Da leveza: rumo a uma civilização sem peso**. São Paulo, Manoele, 2016.

LUCAREVSCHI, Fernando; SANTOS, Marcelo. **Mapeamento da produção brasileira Área de Comunicação sobre algoritmos/filtros-bolha: uma análise de materiais publicados entre janeiro de 2012 e março de 2017**. Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2018

MACHADO, Mônica. **Consumo e politização: discursos publicitários e novas formas de engajamento juvenil**. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura). Universidade Federal do Rio de Janeiro: 2010.

MAHEIRIE, Kátia (org.). **Concepções de juventude e política: Produção acadêmica em periódicos científicos brasileiros (2002 a 2011)**. Estudos de Psicologia, abril-junho.2013.

MARTIN, Laura; VITAGLIANO, Luís Fernando (orgs.). **Juventude no Brasil**. – São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2019.

MCCARTHY, Niall. **O Facebook está se tornando reduto dos mais velhos?** 2019. Disponível em: <https://forbes.com.br/colunas/2019/03/o-facebook-esta-se-tornando-uma-rede-para-o-publico-mais-velho/> Acesso em: 30 de jan. 2022

MELLO, Patricia Campos. **WhatsApp admite envio maciço ilegal de mensagens nas eleições de 2018**. 2019. Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/10/whatsapp-admite-envio-massivo-ilegal-de-mensagens-nas-eleicoes-de-2018.shtml>. Acesso em: 25 de jan. 2022

MELLO, Patricia Campos. **A Máquina do ódio: notas de uma repórter sobre fakenews e violência digital**. São Paulo, Companhia das Letras, 2020.

MININNI, Giuseppe. **Psicologia social da mídia**. São Paulo, Edições Sesc/SP e Girafa, 2008.

OKADO, Lucas Toshiaki Archangelo. **Juventude e participação política no Brasil: efeitos geracionais ou de ciclos de vida?** Revista Espaço Acadêmico. Ed. 147. Agosto de 2013.

PARISER, Eli. **The Filter Bubble: What the Internet is hiding from you**. The Penguin Press. New York. 2011.

PASQUALE, Frank. **A esfera pública automatizada**. Revista Líbero, V.20, N.39, pp.16- 35, 2017.

PASQUALE, F. **The Black Box Society. The Secret Algorithms That Control Money and Information**. Cambridge, Massachusetts, London, England: Harvard University Press, 2015.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. **Movimentos sociais, redes virtuais e mídia alternativa no junho em que “o gigante acordou”(?)**. IV Jornada Acadêmica Discente do PPGCOM-USP, Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. 2013

QUINTÃO, Thales Torres. **Os Media e a Construção dos Caras-pintadas**. Revista Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação. Ano 3, edição 4, Junho- Agosto. 2010.

REUTERS INSTITUTE. **Digital News Report 2020**. 2019 Disponível em: <https://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/brazil-2020/>

SANTOS, Marli dos. **Cenas e sentidos na tribo raver: a ordem da fusão Estudo de recepção dos discursos jornalísticos sobre drogas pelos jovens ravers**. Tese (Pós-Graduação em Ciências da Comunicação). Universidade de São Paulo, 2004

SAVAGE, Jon. **A Criação da Juventude: Como o conceito de teenage revolucionou o século XX**. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.

SCHWERTNER, Suzana Feldens; FISCHER, Rosa Maria Bueno. **Juventudes, conectividades múltiplas e novas temporalidades**. Educação em Revista, Belo Horizonte, v. 28, n. 01, p.395-420, mar. 2012.

SILVA, Neves Daniel. **Festival de Woodstock**. 2010. Disponível em: <<https://mundoeducacao.uol.com.br/historia-america/festival-de-woodstock.htm>. 2010> Acesso em: 20 de fev. 2022.

SPOSITO, Marília Pontes. **O Estado da Arte sobre juventude na pós-graduação brasileira: Educação, Ciências Sociais e Serviço Social (1999-2006)**. volume 2 / Marília Pontes Sposito, coordenação. – Belo Horizonte, MG : Argvmentvm, 2009.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da Pesquisa-ação**. 18 ed. São Paulo: Cortez. 2011

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **Estatísticas de filiados a partidos revela baixa participação feminina e de jovens na política**. 2021. Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2021/Junho/estatisticas-de-filiados-a-partidos-revela-baixa-participacao-feminina-e-de-jovens-na-politica>> Acesso em: 16 de jan. 2022.

UNIÃO INTERNACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES. **Crescimento da internet desacelera e 2,7 bilhões ficam fora da rede**. 2022. Disponível em: <<https://news.un.org/pt/story/2022/09/1801381>> Acesso em: 23 de set. 2022.

VALLEI, Carolina dos Santos. **Os Stories Jornalísticos no Instagram: Investigando os Novos Formatos de Narrativas nas Mídias Sociais**. São Paulo, 2020.

VAN DIJCK, Jose.; POELL, T.; DE WAAL, M. **The Platform Society: Public Values in a Connective World**. Oxford University Press, 2018.

VINCENT, James. **Former Facebook exec says social media is ripping apart society. ‘No civil discourse, no cooperation; misinformation, mistruth’**. 2017. Disponível em: <<https://www.theverge.com/2017/12/11/16761016/former-facebook-exec-ripping-apart-society>> Acesso em: 14 de jan. 2022.

APÊNDICE

Apêndice 1 - Questionário distribuído por meio do Google Forms.

- 1) **Qual seu gênero?**
- 2) **Qual sua idade?**
- 3) **Em qual curso de faculdade está matriculado?**
- 4) **Qual a sua faculdade?**
- 5) **Você utiliza redes sociais?**
 - Instagram
 - Facebook
 - Twitter
 - Youtube
 - WhatsApp
 - TikTok
 - Não utilizo
- 6) **Quanto tempo do seu dia você costuma utilizar nas redes sociais?**
 - 1h
 - 2h a 3h
 - 3h a 4h
 - Mais de 4h
- 7) **As redes sociais costumam ser um meio de você se informar?**
 - Sim
 - Não
- 8) **Quais são as fontes de informação que utiliza?**
 - Sites/portais noticiosos
 - Redes Sociais
 - Podcasts
 - Televisão
 - Rádio
 - Não utilizo
- 9) **Cite ao menos 2 exemplos para cada fonte de informação que você marcou na pergunta anterior (programas, influenciadores, canais etc.):**

- 10) **Costuma verificar outras fontes das informações que recebe?**
- Sim
 - Não
- 11) **Que tipo de notícias costuma acompanhar? Pode indicar até duas alternativas**
- Cultura
 - Esporte
 - Política
 - Economia
 - Outros...
- 12) **Você acompanha notícias sobre política nas redes sociais?**
- Sim
 - Não
- 13) **Que notícias sobre política costuma acompanhar?**
- Políticos
 - Decisões do congresso nacional
 - Decisões de Câmaras estaduais e/ou municipais
 - Campanhas eleitorais
 - Comissões parlamentares de inquérito – CPI
 - Outros...
- 14) **Cite um exemplo de notícia que acompanhou nos últimos 3 meses?**
- 15) **Você prefere acessar as redes sociais por...**
- Smartphone
 - Computador
 - Indiferente
- 16) **Você possui plano de dados no seu smartphone?**
- Sim
 - Não
- **Se sim, o seu plano de dados oferece internet ilimitada para utilizar alguns aplicativos?**
- Sim
 - Não
- **Quais?**
- 17) **O fato de não consumir seus dados móveis faz com que você utilize mais esses**

aplicativos?

- Sim
- Não

Seção 2 - Sobre política e políticos

18) Você se recorda dos candidatos que votou nas últimas eleições?

- Sim
- Não

➤ **Se sim, para qual cargo?**

- Vereador
- Senador
- Deputado Estadual
- Deputado Federal
- Prefeito
- Governador
- Presidente

19) Costuma acompanhar as atividades de seu candidato durante a gestão?

- Sim
- Não

➤ **Se sim, de que maneira?**

- Notícias pelas redes sociais
- Notícias pela TV
- Notícias em podcast
- Comentários de amigos
- Comentários nas redes sociais

20) Você considera que possui conhecimento suficiente sobre como funcionam as câmaras municipais, congresso nacional e demais instituições políticas?

- Sim
- Não

21) Como avalia a importância de cargos políticos, como vereador, senador, deputado, prefeito etc.?

- Muito importante

- Importante
 - Indiferente
 - Pouco importante
 - Nada importante
- 22) **Referente a pergunta anterior, poderia explicar brevemente sua escolha**
- 23) **Você se lembra de algum movimento político impactante por parte da população?**
- Sim
 - Não
- **Se sim, qual?**
- 24) **Você costuma acessar notícias ou acompanhar políticos de posições opostas à sua?**
- Sim
 - Não
- **Se sim, poderia citar um exemplo?**
- 25) **Você possui seguidores com posições políticas opostas à sua?**
- Sim
 - Não

Seção 3 – Redes Sociais

- 26) **Você costuma ler os termos de uso das redes sociais que possui cadastro?**
- Sim
 - Não
- 27) **Você tem conhecimento sobre como seus dados são trabalhados nas redes sociais?**
- Sim
 - Não
- 28) **Acredita que seus hábitos (dados) influenciam os algoritmos que pré-selecionam o que você estaria interessado a ver?**
- Sim
 - Não
- 29) **Opiniões e notícias de posicionamento políticos contrários aos seus costumam aparecer nas recomendações?**
- Sim
 - Não

30) Você aceita ser contatado por e-mail ou telefone para eventual continuidade da pesquisa? Poderia informar seu e-mail e/ou telefone para contato

Apêndice 2 - Roteiro da entrevista

- 1) Você saberia me dizer qual é a importância das redes sociais para informação política da sociedade?
- 2) Você acredita que a internet e as redes sociais são um meio de informação eficiente para os jovens compreenderem mais profundamente a política?
- 3) Como você classifica a veracidade das informações que recebe?
 - É possível que haja uma rejeição em ler ou assistir conteúdos de perfis e páginas por preconceito em relação a uma percepção prévia de quem as veiculou?
- 4) Na sua vida atual, quais são as fontes que têm mais importância para você obter informações sobre diversos assuntos?
- 5) Você acredita que os algoritmos podem polarizar questões políticas?
- 6) Você consegue distinguir o que é verdade ou mentira no discurso político oposto ao seu? Acha importante realizar a tarefa de acompanhar e filtrar o que é dito?
- 7) Como define a credibilidade de um influenciador digital?
- 8) O que você acha que poderia ser feito para os jovens se interessarem mais por política?

Apêndice 3 – Entrevista 1

Você saberia me dizer qual é a importância das redes sociais para informação política da sociedade?

R: É então... vamos lá né. A maioria do pessoal que eu acompanho, ou que tenho adicionado em redes sociais e tudo mais, é sempre tudo virado na base do entretenimento, entendeu? O que vem de política e serve de informação a gente pega, mas o que eu acho que é de importante porque, assim, hoje em dia, por exemplo, nós temos o TikTok. Por exemplo, o TikTok agora está virando a plataforma mais acessada que o Google, então assim... o papel da sua importância está ali, ele concentra muita gente e, dependendo do algoritmo, e da forma que é feita entrega de alguma notícia, seja algo perturbador ou bom, afeta com certa severidade a população.

Você acredita que a internet e as redes sociais são meios de informação eficientes para os jovens compreenderem mais profundamente a política?

R: Eu não acho que é tão eficiente quanto a pessoa ir atrás da notícia, isso não vai ter como ultrapassar, mas é assim, para pegar aquela notícia que é mais popular, tipo o Bolsonaro mostrando cloroquina para ema, ou se não, algo importante chegando lá e falando que precisa fazer a sua carteirinha, renovar a carteira de eleição, carteirinha do título de eleitor, por exemplo. Para coisas mais básicas, eu acho que é super eficiente quando é entregue, exceto isso acho complicado, porque aí entra todo aquele negócio de fake news, qual plataforma que é boa, qual plataforma que é má, aí se torna uma confusão.

Como é que você classifica a veracidade das informações que recebe?

R: É assim... o jeito mais simples possível, tem o título da notícia, por exemplo "deputado x lançou uma lei contra a homofobia", vamos dizer assim, primeira coisa que apareceu na cabeça. Eu dou uma olhadinha na descrição, se é algo que me interessa eu vou direto ao artigo que encontrei na primeira vez e vou dar uma lida, aí eu vou pesquisar mais a fundo, se houver ausência de outras plataformas que deveriam estar mostrando essa notícia, eu já meio que penso, acho que pode até estar falando a verdade, mas eu não tenho como dar credibilidade, logo eu vou ignorar. Agora, por exemplo, se ele lança essa notícia pequenininha, eu vou lá procurar e acho 10 plataformas grandes, como G1, Record ou SBT que estão falando sobre isso, aí eu tenho como dar credibilidade e falar, "opa, beleza!", é algo que está acontecendo mesmo.

É possível que haja uma rejeição em ler ou assistir conteúdos de perfis e páginas por preconceito em relação a uma percepção prévia de quem os veiculou?

R: Então, varia de plataforma para plataforma a forma que é veiculada informação, eu acho né. É meio relativo, eu não tenho como te dar certeza, mas eu acho que filtro a informação que eu quero, sei lá. Vamos pensar uma notícia que aparece no Bom Dia São Paulo, mas que também apareceu no Cidade Alerta, vamos dar esse exemplo, obviamente no Bom Dia São Paulo vai chegar um pouquinho mais calmo, sendo mais formal, e apresentar aquela notícia. Quando chega ao Cidade Alerta e vai mostrar essa notícia, dependendo da gravidade, por exemplo, vai chegar o apresentador e falar "isso é uma porcaria, devia estar a polícia em cima desse cara... devia matar um cara desse". Chegando nesse trecho, eu acredito que eu consigo filtrar essa parte e pensar "beleza! Não ligo para a opinião dele", entendeu? O que eu quero é ver os fatos, mas no final de tudo é sobre como veicular o fato, que é o que eu acho que os repórteres fazem muito bem, porque eles vão lá e só ditam, e a opinião fica para o apresentador que está lá.

Na sua vida atual, quais são as fontes que têm mais importância para você obter informação sobre diversos assuntos?

R: Primeiramente, o G1. Pelo amor de Deus, um monte de gente fala mal da Globo, mas eu

acho que eles têm feito um bom serviço desde sempre, eu nunca vi, mas obviamente, deve ter alguma controvérsia, eu acho que da forma como eles apresenta, veiculam, mostram os fatos, e tudo mais, eu acho fantástico. O G1 é a principal.

Se eu for considerar um termo mais nacional, eu primeiramente costumo ter opinião de amigos antes de começar a pesquisar certa notícia, mas se eu precisar pesquisar notícia internacional eu acho que a minha primeira plataforma é a BBC, normalmente eu vou na base ou do bate-boca ou por exemplo se aparece numa rede social. Eu tenho um avô que que é advogado, e ele costuma acompanhar bastante, normalmente eu gosto de ouvir dele, mas aí quando é alguma coisa meio extrema ou de relativa importância, sou eu que vou atrás mesmo.

Você acha que, por exemplo, o G1, faz uma cobertura neutra, ou acha que ele tem uma tendência política voltada para determinado posicionamento político? O que você pensa disso?

R: Olha, eu estudei design né, e se teve uma coisa que eu aprendi é que não existe neutralidade, simplesmente não existe, não importa o quanto por fora você esteja dos dois lados do assunto se você não gosta de nenhum dos dois você cria um terceiro é automático, não tem como ser neutro, agora o que é importante não deixar os fatos para trás, então vamos dizer assim: plataforma 1 e a plataforma 2, a plataforma 1 falou que fulano, ciclano e beltrano fizeram um, dois e três. Quando chega na plataforma 2, falou que fulano e ciclano fizeram dois, ou seja, faltou uma informação ali né? Beleza! Então eu acho que é melhor eu não levar em consideração a plataforma 2, porque ela cortou uma parte. Então eu procuro mais, e funciona assim, quanto mais fatos, melhor, pois pode acabar vindo fake news ali, por isso que mais fatos é melhor, porque quanto mais plataforma eu pesquisar, mais eu posso filtrar, e esse pequeno aspecto aqui que tá dizendo, está errado, então descarto isso.

Você acha que a boa informação é paga? Se as redes sociais pagassem para os veículos de informação divulgarem seu conteúdo dentro da plataforma, você acha que haveria menos notícias falsas?

R: Minha última profissão foi técnico em informática, e entra na parte de tecnologia, que é o que eu gostaria de discutir. Vamos lá, redes sociais ganham dinheiro através de impulsionamento, isso todo mundo sabe, quanto mais cliques mais dinheiro. Eu acho que se pagassem, sei lá, vamos dizer 25% dos cliques. Se o pessoal que veicula a notícia nessa plataforma impulsionou, eu acho que seria ótimo, porque no final de tudo está veiculando informação. Porém, eu acho que, por exemplo, se eu for no G1, que não é tanto assim, mas em outros canais de notícia, vai ter os chamados “ADS”, anúncios que estão lá na página justamente para atrair cliques e dinheiro. Eu acho que, o que eu quero dizer é, eu sou meio indiferente a

isso, porque no final de tudo a parte da rede social é só mais para chamar atenção e não necessariamente ganhar dinheiro.

Você acredita que os algoritmos polarizam questões políticas, criando uma bolha e aprofundando divergências entre questões políticas?

R: Sim, absoluta certeza! Você chega no seu Facebook, no seu Twitter, seja lá aonde for, e você fala “Nossa! Eu gosto do Lula”, o que logo a rede social vai ver e pensar é “Nossa! O cara gosta pra caramba do Lula, como é que eu posso ganhar dinheiro em cima disso? Eu vou veicular mais coisas sobre o Lula porque ele (usuário) vai ter acesso”, isso é uma certeza. Agora, cabe a cada pessoa saber o que está vendo e filtrar isso daí.

Você conseguiria distinguir o que é verdade e o que é mentira no discurso político oposto ao seu? Você acha que é importante fazer essa tarefa de acompanhar e filtrar o que é dito, mesmo que você não concorde com isso?

R: Então, é uma coisa que, não é que eu não me importo, mas que eu acho que por conta da polarização está se tornando cada vez mais viável, então é como eu falei, você teve a notícia você procurou a notícia procurou as fotos, filtrou, mas o melhor jeito de assimilar tudo isso não é só a pesquisa, e sim, a discussão, chegar com outro cara que não necessariamente tem seu posicionamento político e só que hoje em dia você fala o nome de um político já chega alguém e questiona “Esse cara é cachorro de partido, está com coleira” e fica complicado. O pessoal leva para o coração e não para a cabeça, quando você encontra uma pessoa e vocês ficam horas discutindo passado, presente, e o que pode acontecer no futuro na política, isso é legal pra caramba. Então, no final de tudo, vocês saem de lá falando “eu fiz o bem, eu discuti, assumi uma posição legal aqui porque a gente quer o melhor para nós, afinal estamos elegendo alguém porque quer que faça o melhor para nós”. Só que hoje em dia parece que política virou jogo de futebol, cada um escolhe um lado.

Você costuma seguir algum influenciador digital? Conseguiria definir algum aspecto da credibilidade do influenciador digital, se há alguém que financia ele por trás ou não?

R: Pior que eu não acompanho. Normalmente, quando vejo algum influenciador, é porque algum colega me manda um clipe de alguma coisa que ele estava falando, mas como eu falei, a maioria dos meus amigos de redes sociais é entretenimento, então vai ser sempre com alguma brincadeirinha, com alguma piada sarcástica alguma coisa assim.

Uma última pergunta é: você saberia me dizer quais são as características para um para o jornalismo ter credibilidade?

R: Eu apareci no Bom Dia São Paulo umas três ou quatro semanas atrás, porque eu fui roubado na avenida Paulista, roubaram um lanche do McDonald's na frente do MASP, e por exemplo,

seria muito fácil cortar a parte que ele me rouba e só mostrar a parte dos policiais apreendendo o moleque que me roubou, e acho que se fosse só esse trecho ia parecer meio violento, porque saíram dois policiais da moto com arma na mão já indo prender o moleque, mas o jornalista estava na ciclofaixa e conseguiu pegar o momento inteiro, pegou o moleque me tirando o lanche e passando no meio da avenida Paulista, até ele ser apreendido, então acho que mostrar o evento por completo o máximo possível é um fator, para mim, que aumenta muito a credibilidade, quanto mais evidencia você me mostrar de algo que faz sentido para mim está valendo!

Apêndice 4 – Entrevista 2

Para começarmos, queria saber se você acredita que as redes sociais são um meio de informação política para a sociedade?

R: Olha, eu acredito que sim. Você quer que eu justifique ou vai ter outra pergunta?

Pode desenvolver...

R: Acredito que sim, elas são um grande meio de comunicação, grande meio de liberdade. Acho que cada um nas redes sociais tem a liberdade de falar o que quer, e isso é muito bom, mas é muito perigoso. Porque assim como é bom, no geral, a gente tem acesso a muita informação, e também, tem acesso a muito conteúdo. Cada um pode falar o que quer, cada um pode usar sua voz, e a gente fica sabendo, não fica refém da mídia, mas também é muito fácil de propagar fake news. Então, eu acho que é muito boa, mas tem que ser usada com cuidado.

Você acredita que a internet e as redes sociais são meios de informação eficientes, principalmente para os jovens compreenderem mais profundamente a política?

R: Sim, eu acredito que sim. Com o acesso da tecnologia, os jovens não assistem apenas televisão. Para mim, só ficam presos no celular usando a internet, então eu acho que é muito mais fácil para o jovem conseguir acompanhar e tem a resposta na palma da nossa mão, né? A gente consegue ter acesso muito mais fácil e muito mais aprofundado do que antigamente, então sim.

Como você classificaria a veracidade das informações que recebe? É possível que haja uma rejeição em ler ou assistir conteúdos de perfis e páginas por preconceito em relação a uma percepção prévia de quem os veiculou?

R: Sim, se for alguém que geralmente não tem veracidade, ou bagagem para falar daquilo, eu tenho uma certa rejeição sim!

Quais são as fontes que têm mais importância para você obter informação sobre diversos assuntos?

R: Jornal, televisão, internet, redes, por exemplo, editoras famosas. Eu confio quando sai em um grande jornal, em uma grande mídia, acabo acreditando.

Vocês acreditam que os algoritmos polarizam questões políticas, criando uma bolha e aprofundando divergências entre questões políticas?

R: Sim, acredito que ela tem grande parte nisso, porque com as redes sociais, cada um tem sua opinião e pode falar, tendo mais formas de se expressar e encontrar pessoas parecidas, com o mesmo pensamento. Então, se eu tenho o pensamento muito fechado, e antigamente, eu queria falar com alguém, era difícil bater as ideias com alguém que tivesse o mesmo pensamento que eu, e hoje, nas redes sociais existem grupos, reuniões para falar sobre isso.

Antes, os grupos eram limitados a cidades, a distância física, e hoje em dia, podemos encontrar pessoas com o mesmo pensamento do outro lado do mundo, ou do país. Eu acredito que as redes sociais têm grande impacto sobre isso, mas acredito que não seja a culpada, a rede social traz muitos benefícios, mas isso é algo de ruim, elas acabam acarretando nisso e aí que surgem os extremos. Antes, as pessoas pareciam que tinham vergonha de se expor, hoje em dia, quando encontram alguém que pensa como ela, acaba criando mais coragem.

O que você acha sobre o debate político dentro das redes sociais?

Eu acredito que ele seja bom. Se for lidado com respeito é bom, porque o debate de forma saudável faz a gente ver o lado do outro e entender, além de conseguir passar nossa ideia, eu acho bastante importante e saudável

Você conseguiria distinguir o que é verdade e o que é mentira no discurso político oposto ao seu? Você acha que é importante fazer essa tarefa de acompanhar e filtrar o que é dito, mesmo que você não concorde com isso?

R: Sim, acredito que é muito importante, até porque, se ele está ali é porque tem muita gente que acredita nele, na sua posição no caso, por algum motivo. Tem alguma narrativa ali? Tem só verdade? É distorcido ou não? Acho que é importante verificar, porque podemos tanto de um lado que você acredita, quanto de outro, qualquer uma das partes pode ser enganada, então é bom verificar o lado das duas.

Você costuma seguir algum influenciador digital?

R: Eu sigo a startup da Real, no Instagram de um cara que fala muito sobre negócios, vida, e aborda esses assuntos de política. Muita gente da minha bolha, porque eu vivo em uma bolha de tecnologia, tem alguns que falam, como o badtucks(?), ele fala bastante sobre isso. Em geral, eu acho que é isso. Também tem a Anitta, uma pessoa que ultimamente vem falando sobre isso, e é uma grande personalidade no Brasil.

Como você define a credibilidade dos influenciadores digitais?

R: Olha, é o mesmo filtro do candidato. Acho que cada um tem sua perspectiva e não podemos sair por aí acreditando em tudo que vê na internet, mesmo que seja das pessoas que a gente, em teoria, confia. Eu faço a filtragem do mesmo modo como faço com candidato políticos, vou pesquisando, porque pode ter distorção na fala. Influenciador digital ganha dinheiro pelo que fala na internet, então não dá para sair confiando nas pessoas por aí.

O que você acha que poderia ser feito para os jovens se interessarem mais por política?

R: Eu acho que mostrar para elas a importância do impacto que a política tem na nossa vida, o impacto dessas decisões que afetam tanto nosso presente, quanto nosso futuro, e que é uma coisa importante que temos que estar atentos porque trata de nós, da nossa vida, de quem a gente ama e do nosso futuro. Acho que tentar contar pra elas, e investir em educação. Uma outra forma é popularizar mais facilmente, a longo prazo e formar mais, investir mais na educação, pessoas com educação tendem a se preocupar com isso. Outra forma mais rápida seria o investimento em influencer, trazer eles para falarem sobre isso, porque hoje em dia nas redes sociais tem muita visibilidade. Pessoas como a Anitta falarem sobre isso acaba atraindo o interesse dos jovens.

Apêndice 5 – Entrevista 3

Você saberia me dizer qual é a importância das redes sociais para informação política da sociedade?

R: Ai, eu acho que ela é dúbia né? Porque tem muita coisa que você não sabe, você tem que ir além para pesquisar. Só com as coisas básicas que você lê ali no seu feed, eu acho que você vai acabar tendo uma opinião errada, ou uma ideia geral errada, uma ideia geral errada por que não é a ideia geral né? Ideia enviesada de pessoa aleatória ou de jornais, tudo bem, aí tem as Instagram, gosto muito da BBC, as coisas, aí, eu acho que ajuda bastante.

Como você classifica isso? Por exemplo, o jornal? Se ele tem um conteúdo de informação bom ou ruim? Vai de acordo com o seu posicionamento político, ou tem alguma coisa além disso?

R: Como eu não conheço muito, sou meio leiga nesse quesito. Eu acho que eu vou mais pelo nome, ou assim como eu falei né, BBC no jornal a gente já sabe.

E você acredita que a internet e as redes sociais são meios de informação eficientes para os jovens compreenderem mais profundamente a política?

R: Acho! As redes sociais, YouTube também né? O YouTube para mim é bom. Dá para aprofundar um pouco mais, eu me informo bastante pelo Youtube.

Que que você costuma acessar no YouTube para poder se informar?

R: Eu gosto muito da BBC News e Fred Elboni. Política não me interessa muito no geral, eu vejo mais o que são de fácil acesso, de frente eu já consigo ver que eu confio.

Como você classifica a veracidade das informações que você recebe?

R: Como eu classifico? Como assim?

Por exemplo, você recebe uma notícia. O que te faz acreditar nela ou não? Você costuma ler manchetes, ou costuma ler toda a notícia e procurar outras fontes?

R: Eu procuro outras fontes, eu vou na notícia e leio o artigo que fala de tudo e pesquisa ele, no Google, pesquiso no YouTube e vou atrás.

E pode acontecer, por exemplo, de você rejeitar o ler uma notícia por causa de quem a publicou?

R: Eu acho que poderia acontecer... por exemplo, com a Globo, mas o que eu ia falando na verdade é que depende da curiosidade, e se a notícia for muito intensa eu vou clicar até para ver se é um absurdo né?... se tem algum sentido. Eu não acredito muito no que eu leio, eu sei que é tudo enviesado, tudo que a gente lê é enviesado, eu respondi à pergunta?

Sim, respondeu.

Além da BBC, tem algum outro canal que você utiliza? Redes sociais?

Instagram, Google e YouTube.

Você acha que a boa informação é paga? Se as redes sociais pagassem para os veículos de informação divulgarem dentro de suas plataformas, você acha que haveria menos notícias falsas?

Poderiam pagar sim, para que os veículos tenham mais informação, e informações consistentes no Instagram.

Você conseguiria distinguir o que é verdade ou mentira no discurso político antagônico ao seu? Você acha que é importante realizar a tarefa de acompanhar e filtrar o que é dito, mesmo que você não concorde?

Tentar ouvir não é fácil, tem que fazer um filtro, é pior você ignorar.

Para finalizarmos, você saberia definir qual a credibilidade de um influenciador digital?

Não, não saberia. Eu não tenho muito conhecimento com influenciadores digitais.

Apêndice 6 – Entrevista 4

Você saberia me dizer qual é a importância das redes sociais para informação política da sociedade?

R: Eu acho que hoje não iria, por ter mais a facilidade de rede social e tal. Eu acho que é um método muito importante para o pessoal poder saber, meio que... para onde, que lado escolher... porque você acorda e vai encontrar... são... cinco anos atrás da gente não tinha político, podcast lançando no YouTube. Eu falando sobre um monte de coisa e hoje em dia, a gente tem um monte de político dando entrevista, podcast, participando de outras coisas. Então... a gente tem muito mais contato com isso do que antes, que eu me lembre, a gente só tinha, assim... um certo contato quando era debate perto de eleição. Hoje em dia, eu acho que abriu mais a perspectiva, assim é mais fácil para as pessoas verem o político durante todo o período eleitoral.

Você acredita que a internet e as redes sociais são meios de informação eficientes para os jovens compreenderem mais profundamente a política?

R: Eu acho que, em termos de história, é mais fácil, porque é muito mais fácil se você quiser ver, sei lá... como formou esse negócio da democracia ou alguma coisa tipo, né de coisas políticas. Você pode parar qualquer minuto do seu dia e pesquisar no Google, e você tem informação na sua mão. Assim... eu acho que é que nem você falou...tem muita coisa falsa também no meio. Eu acho que, para tirar conclusões sobre certas pessoas, é muito mais difícil do que você querer saber sobre algum ato histórico específico.

E como você classificaria a veracidade das informações que você recebe? Notícia, ou qualquer coisa que você recebe na internet, como você faz para saber se é verdade ou se não é?

R: Eu sempre tento procurar tipo... múltiplas plataformas. Então, eu vejo que saiu tal coisa no G1. Aí eu falo "será que aconteceu?" Eu pesquiso tipo... no Google para ver se apareceu no R7 ou, o que as outras manchetes de outros jornais aleatórios ou tudo possível que me pareça confiável e fale sobre o assunto. Às vezes, pode ser algo alguma coisa meio falsa, sensacionalista, sei lá, porque o jeito que eles fazem a manchete muitas vezes é tendencioso, mas é o jeito que eu tento ver e checar se é isso mesmo.

E você faz isso, mais ou menos, com quais tipos de notícia? Você faz bastante isso com política e com outros assuntos também, ou varia de acordo com o seu interesse naquele determinado dia?

R: Eu faço um pouco com o que eu gosto, mas com política também, ainda mais quando é uma coisa muito séria. Aí eu vou atrás para procurar. Que nem... por exemplo: eu vejo que alguma pessoa falou alguma coisa que é importante, seja boa ou ruim e se, eu me interessar sobre o assunto, sobre a questão, vou atrás para ver e poder falar alguma coisa, ver se realmente foi isso.

É possível que haja uma rejeição em você ler ou assistir conteúdos de perfis ou página,

seja por preconceito em relação a uma percepção de quem está veiculando aquela notícia?

R: Sinceramente? Não. Por exemplo, coisas de direita que são mais conservadorismo e, aquelas coisas que o pessoal é muito tipo 8 ou 80 sabe? Eu não gosto. Prefiro tirar isso um pouco... que às vezes é uma coisa muito negativa, o jeito que eles lidam com algumas coisas. Isso de ambos os lados, eu... geralmente, não sigo coisas políticas em geral por causa disso, essas pessoas, elas colocam um negócio na cabeça e elas querem mesmo que isso seja uma mentira, elas querem colocar na sua cabeça de qualquer jeito... Isso é uma das coisas que fazem eu evitar de ficar vendo política, porque é sempre a mesma coisa, isso me irrita bastante. Então, eu só pesquiso quando me interessa e quando alguma coisa é bem interessante, só isso que eu vou atrás.

E o que você acha de discussões políticas dentro das redes sociais? Você acha que elas são eficientes?

R: Eu não sei, é muito meio a meio, porque às vezes elas podem ser muito positivas, porque se a pessoa sabe conversar e, tipo... balancear, levar a outra pessoa a escutar, levar outra pessoa em consideração e respeitar a decisão e a opinião das pessoas, eu acho que isso sim é uma conversa, ok? Mas, na outra moeda, tem gente que, tipo, ou é do jeito que eu quero, do jeito que eu acho. E você tem que aceitar e pronto acabou. Então... eu acho que depende do tipo da pessoa. Se a pessoa quer realmente aprender sobre o assunto, se é apenas uma discussão ou só uma pessoa jogando informação para você e você tem que aceitar.

E na sua vida, quais são as fontes que têm mais importância para você obter mais informações sobre diversos assuntos no dia a dia? Como faz para se informar?

R: Eu ultimamente uso bastante Twitter. Então... no meu Twitter tenho alguns tópicos que eu sigo. E aí, sempre passo... durante o dia, eu passo para ver se tem alguma coisa interessante ou se não tem. E às vezes no YouTube também porque às vezes também assisto podcast de algumas pessoas e aí às vezes tem algum político que vai em tal coisa e aí eu falo: “Ah... talvez a pessoa seja boa e eu não sei... deixa eu escutar” E eu escuto, mas geralmente são esses os dois maiores: Twitter e o YouTube.

Que tipo de pessoas que você costuma seguir? São influenciadores, são canais de notícia?

R: Geralmente, eu sigo mais canal de notícia, eu sigo o jornal... G1, Globo, a Folha... algum outro jornal, mas também sigo bastante de memes.

Você acha que, dentro dessas plataformas, como YouTube, Facebook, Instagram, Twitter, entre elas, há algumas são mais propensas a ter mais informações falsas e conteúdos tendenciosos em relação às outras?

R: Eu acredito que sim, porque depende muito da política de privacidade de cada plataforma, né? Pelo que eu sei, eu não sei se estou falando besteira, mas sei que no Twitter por exemplo é

muito mais fácil a gente reportar alguma coisa que seja falsa e o Twitter tirar em poucos minutos do ar do que no Insta por exemplo. No Instagram, eu acho que demora um pouquinho mais, e no Facebook eu não uso e não sei dizer. Mas eu acredito que no Twitter seja mais rápida para checar essas respostas.

Você tem uma breve noção sobre o que são algoritmos das redes sociais?

R: Eu tenho uma breve noção, mas eu não sei muito sobre eu sei que o negócio aparece conforme você segue, clica ou pesquisa sobre as coisas.

Você acredita que os algoritmos polarizam questões políticas, criando uma bolha e aprofundando divergências entre questões políticas?

R: Eu acredito que sim, porque se você consome só uma coisa, basicamente é aquela coisa que vai aparecer para você, mas se você tem curiosidade de saber outras coisas, você vai ter que pegar e sair da bolha e pesquisar. Então ...eu acredito que sim.

Você conseguiria distinguir o que é verdade ou mentira no discurso político oposto ao seu?

Você acha importante essa tarefa de acompanhar e filtrar o que é dito por políticos opositoristas, mesmo que você não concorde com eles?

R: Eu acredito que sim, porque você só forma uma opinião ouvindo os dois lados. Então, eu acredito que é importante essa coisa da gente olhar os dois lados, escutar os dois e pesquisar, ver se realmente foi aquilo que aconteceu, se não é... porque o que mais tem nesse meio político, que eu acredito, é gente que mente só para ter voto e no final das contas não faz nada é o que a gente mais vê. Então... eu acredito sim que é importante você ver os dois lados da coisa e no seu julgamento você escolher o que é melhor, no seu entendimento, né? Eu acho que vai muita da moral da pessoa também, mas acredito que seja importante sim.

Você tem costume de seguir influenciadores digitais? Não só de político, mas de outros assuntos?

R: Eu sigo alguns, mas não muitos.

Conseguiria definir algum aspecto da credibilidade do influenciador digital?

R: Eu não acredito muito, eu não confio 100%. Então, sempre que eu vejo algo, eu sempre vou, pesquiso duas ou três vezes para ver se realmente foi aquilo que aconteceu ou se a pessoa não está tirando do contexto uma palavra de algum contexto só para ter visualizações, entendeu? Então procuro ir atrás da informação mesmo que a pessoa fale algo específico.

Você saberia dizer quais são as características para um jornalismo ter credibilidade?

R: Eu... acho que todo jornalismo ele precisa ter prova de certa forma, não adianta simplesmente eu chegar e fazer uma matéria escrito: tal pessoa falou isso... isso... sendo que eu não tenho provas concretas sobre aquilo para eu me basear. De todo jornalismo... é importante fazer a

matéria junto com aquele conteúdo que você tem como comprovar de que foi verdade de qualquer maneira. É importante você citar todo tipo de fonte.

Você acha que o jovem brasileiro é bastante engajado politicamente, ou você acha que ele é mais alheio?

R: Eu acredito que, hoje em dia, seja mais engajado, por causa das últimas eleições e tudo que está rolando, porque eu... digo como falando da minha experiência com política, eu nunca me interessei por nada de política, eu nunca quis saber e a galera que andava comigo os meus amigos eu também sentia isso que poucas pessoas se interessavam por qualquer tipo de política. Desde 2018, eu vejo que muita gente do meu círculo de amizades e até da família, elas vão mais atrás de qualquer tipo de informação e seguem coisas de política no YouTube e, se fosse antigamente eu diria que não.

Tinha ou tem algum motivo para você ser tão desinteressada em relação a assuntos políticos?

R: Eu acredito que seja porque eu nunca tive uma família assim... 100%, que falava sobre isso e engajada em política e, quando eu parava para ler alguma coisa achava muito chato porque usavam palavras difíceis, e o pessoal não é direto ao ponto e fica dando volta, então eu acho que isso também tirou um pouco do meu interesse, só que hoje eu acredito que, com a maturidade vem um pouquinho mais do interesse saber um pouco mais do que está rolando.

Você acha que a política é um assunto muito complexo para quem é mais jovem?

R: Eu acho que depende da forma como é ensinada.

Varia de acordo com a trajetória que ela teve?

R: Não exatamente. Por exemplo, se eu pego, se eu vou ensinar para o meu filho tudo do jeito que eu leio sobre alguma coisa, sobre política sabe... a criança não vai querer. Então eu preciso fazer com que o que eu estou tentando passar para ela, seja interessante e que ela entenda, mesmo que seja algo mais assim... descontraído, então eu acho que isso faltou na minha época da escola e tanto em casa, porque eu não tinha visto e sempre que eu ia atrás de procurar era sempre chato, então eu perdi o interesse total.

Hoje você acha que é uma coisa importante você ter conhecimento sobre política? Não só para você, mas você acha que as pessoas deveriam ser mais conscientemente políticas, mais informadas? O que você pensa sobre isso?

R: Eu acho que saber sobre é importante, mas eu não sei até quando isso é... ou pode ser prejudicial para alguém, porque a pessoa pode ficar alienada por causa de uma certa ideologia política e isso pode causar algo, ser prejudicial né, então eu não sei até quando isso é meio que aceitável. Eu acho que é importante sim, eu acho que é importante, mas eu acho que isso não

deve ser uma coisa levada ao extremo.

Você teria alguma sugestão, talvez, de como a política pudesse ser levada para os jovens de uma maneira mais didática ou mais compreensível? Você acha que as redes sociais facilitam esse trabalho de introduzir o jovem ao discurso político, às questões políticas partidárias?

R: Eu acho que sim, eu acho que tem muitos, por exemplo... quando saiu o negócio da guerra da Ucrânia com a Rússia, tinha muita gente sem entender nada, qual que foi o motivo... e eu achei no Twitter várias pessoas fazendo vídeo tipo... assim, de 2 minutos, sendo meio que usando uma sátira... mesmo meio que sendo engraçadinho... mas, mesmo assim, sendo didático, então eu acho que essas pessoas, certas pessoas, elas têm essa facilidade de criar um certo conteúdo que seja mais didático e fácil de compreender... é simples a não aquele tipo matéria gigantesca, então, eu acho assim... que tem bastante gente que é criativo ou suficiente para trazer isso de um forma mais leve, mais compreensível.

Apêndice 7 – Entrevista 5

Você saberia me dizer qual é a importância das redes sociais para informação política da sociedade?

R: Contribui bastante para o conhecimento político. Dá para colocar uma linha de política antes das redes sociais e depois né? Mas é uma faca de dois gumes, né, mas, da mesma maneira que isso pode ser usado para disseminar conhecimento, pode-se usar nas informações falsas e de ódio enfim, todo tipo de coisa, mas ainda numa balança, as redes sociais contribuem bastante para o debate político, muito mais do que contribuem negativamente.

E você acredita que a internet e as redes sociais, são meios de informação eficientes para os jovens compreenderem mais profundamente a política?

R: É uma questão um pouco difícil, porque assim: existem portais, existem pessoas e instituições que são confiáveis, e que passam o conhecimento da maneira correta. É também muito fácil a pessoa encontrar algo completamente oposta disso, né? Mas eu acho que é bom, eu acho que é assim... um ambiente que facilita.

E como você classificaria a veracidade das informações que você recebe através das redes sociais?

R: Essa parte é a parte ruim. As redes sociais é um meio muito cômodo de disseminar informação, principalmente informação errada, informação falsa. Eu acho que sempre pode recorrer ao Google, acho que é uma ótima fonte. Para você saber se o que você está vendo é

verdade ou é mentira, né, checar as contas, aquela coisa facilita, mas você precisa ter um pouco de bom senso né? Para você confirmar as informações.

É possível que haja uma rejeição em ler ou assistir conteúdos de perfis ou páginas por um certo preconceito em relação a quem está veiculando aquela informação ou notícia?

R: Eu acredito que sim, né? Tem pessoas com bastante influência que podem colaborar, existe a falácia do poço que funciona assim. Eles disseminam uma informação sobre certos criadores de conteúdo que muitas vezes não é verdade. Aí, a pessoa já não quer saber que aquele criador de conteúdo que fala sobre política tem a dizer, né? Eu acho que isso está mudando, eu tô vendo que todos os lados políticos estão sendo usados e força, né? Antigamente, eu acho que tinha muito mais um lado que tinha mais força que todo poder da comunicação, né? E eu vejo isso agora em todos os laços políticos e, que o debate que tá mais amplo. Não tem mais um lado só falando sobre política, né? Mas é por preconceito e muito por falta de informações, se realmente é uma realidade.

Quais são as fontes que têm maior importância para você obter informações sobre diversos assuntos como política?

R: Eu gosto de ver mais os portais populares, não que eles não possam ter algum tipo de informação incorreta, mas acho que é muito mais difícil, porque, enfim, eles têm muita satisfação para dar, né? Então tendo a ficar mais nas principais como o G1, tenho seguido bastante canais de política, etc. E eu gosto do Eduardo Moreira, economista, ele também divulga bastante informação política, enfim, mas, assim, eu tenho meu posicionamento, então... são mais canais voltados para o meu posicionamento, os principais canais de notícia e alguns influenciadores do espectro político.

Você tem uma clara percepção sobre o que são os algoritmos das redes sociais?

R: É, sim. Eu acho que sim. Bom, muitas vezes nem pessoas que trabalham com isso conseguem explicar ao certo, mas eu tenho uma noção.

Acredita que os algoritmos polarizam questões políticas, criando uma bolha e aprofundando divergências entre questões políticas?

R: Ah... com certeza! Quer dizer, assim, eu acredito que você acaba gerando uma bolha, mas eu acho que o algoritmo, ele vai trazer para você o que você quer. Eu não tenho muita percepção que ele não vai querer trazer coisas que você não queira ver né? Eu acho que vai mais da pessoa. Será que a pessoa está disposta a escutar o que o influenciador X e o influenciador Y? Ela quer escutar os dois? Eu acho que o algoritmo vai fazer alguma coisa, conforme o interesse. É mais ou menos dessa forma mesmo.

E você conseguiria distinguir o que é verdade ou mentira no discurso político oposto ao

seu? Você acha que é importante essa tarefa de acompanhar e filtrar o que é dito, mesmo que você não concorde com quem veiculou?

R: Sim, com certeza de todos os aspectos políticos podem vir mentiras. Com certeza concordo.

E como você definiria a credibilidade de um influenciador digital?

R: Pelos históricos dele. Teria que ter mais acerto do que erros. E, se errou, como que esses erros foram reparados? Acredito que é dessa forma, né? Tudo bem, cada um pode concordar ou discordar, mas não pode disseminar informações falsas.

E o que você acha que poderia ser feito para os jovens se interessarem mais pelo debate político?

R: Uma coisa que eu vejo bastante acontecendo: de professores que são influenciadores criando contas, fazendo canais, eu acho que o principal da parte dos jovens não tem o que fazer, tem que simplesmente acessar. Agora, na parte dos criadores de conteúdo, acho que eles precisam entender a linguagem jovem, precisam entender como o jovem acessa e o que ele acessa. Utilizar isso para fazer o seu conteúdo. É porque não adianta um professor chegar com material acadêmico querendo que os jovens consumam, não vai funcionar. Eles não querem saber disso, não têm uma linguagem jovem também.

Você acha que isso é um meio de deixar um pouco de lado a polarização, e fazer com que as pessoas compreendam o debate de uma maneira mais profunda, saindo um pouco da compreensão partidária, mas para compreensão política amplamente dita?

R: Bem, eu acredito que a polarização é feita quase que natural mas, eu entendo que a gente precisa sim escutar todos os lados, precisa sim, entender a política como um todo, não só um lado ou um partido etc. Mas, é claro, para isso acontecer acho que o influenciador vai precisar ter muito mais trabalho.

Você tem alguma consideração, alguns questionamentos, ou alguma dúvida em relação a esse tema: A juventude de redes sociais? Algo assim que você pensa... que você conversa... que você acha que seria uma solução para a democracia, talvez?

R: Redes sociais precisam tomar um pouco de responsabilidade para alguns problemas que acontecem nela, por exemplo: no Twitter, alguém fala alguma coisa, ou, no Twitter, o influenciador fala uma barbaridade, e aí dizem: “Aí... vamos cancelar o cara mesmo!!!”. Não tem não! Tem que vir das pessoas, tem que vir do Twitter que faz isso, mas ele faz uma vista grossa e, na maioria das vezes ele faz só para dizer: “Gente”, “Olha só, a gente fez alguma coisa”, eu acho que é assim. As redes sociais precisam tomar responsabilidade pelo impacto negativo que elas acabam gerando, não é só o usuário é a responsabilidade. Assim que eu penso nela. Então, eu vou finalizar aqui a entrevista, a gravação

Apêndice 8 – Entrevista 6

Você acha que as redes sociais têm uma importância para a informação política da sociedade?

R: Gostaria de agradecer a oportunidade, e dizer que é claro eu acho que tem sim é de extrema importância, porque a maior fonte de acesso à informação que a gente tem hoje em dia e a todo momento em diversos lugares são as redes sociais, a política toda do mundo ela é centralizada de uma forma ou outra nas novas tecnologias, nas redes sociais, e tudo aquilo que a gente tem como meio de comunicação, principalmente o WhatsApp, que é um meio de comunicação muito fácil, e que muita gente tem acesso, então acho que tanto o sigilo e a veracidade das informações, ou a maneira como as informações são propagadas por meio dessas redes sociais é isso que é uma importância, e também a gente pode colocar como a maioria das opiniões formadas hoje em dia seja por pessoas negras e diversas começa nas redes sociais, por um vídeo que ela viu cortado ou provavelmente ela viu por inteiro e por aí se cria uma ideologia que ela se identificou com um ou outro não sejam eles direitos, eu acho que as redes sociais, elas são demasiadamente importantes nesse acesso à política.

Você acredita que a internet e as redes sociais são meios de informação eficientes para os jovens compreenderem mais profundamente a política?

R: Eu acho que as redes sociais acabam se tornando uma discussão mais artificial, é mais questão do meu ponto de vista, com o seu ponto de vista ou contra, é diferente você buscar a informação em uma rede social porque lá, o máximo que você vai encontrar vai ser uma notícia superficial, diferente de você se aprofundar em um site, um livro ou num jornal, procurando a informação exata para, aí sim, você partir de uma opinião.

Como você classificaria a veracidade das informações que você recebe através das redes sociais das plataformas?

R: É um problema, né? tem muita informação chegando a todo momento, então é como se fosse uma bomba de informação 24 horas por dia e temos total acesso a diversas informações, tanto do Brasil quanto do mundo. Eu creio que muitas pessoas não têm noção do que é verídico ou não, eu acho que uma das únicas formas de conseguirmos identificar se é verdadeiro ou não é buscando nas fontes.

É possível que você já tenha rejeitado ler ou assistir algum conteúdo por ser de algum perfil ou página que você não concordava com o posicionamento político?

Olha, nunca teve um veículo de comunicação que eu me importasse em ler devido a ser tendencioso a uma ideologia política ou não. O que já aconteceu é eu abrir mão de canais e

outras informações que não eram políticas, por exemplo a Jovem Pan, eles transmitem um esporte excelente, eles têm programas de esportes excelentes, porém, nos últimos tempos, eles têm sido muito tendenciosos à direita. Não é o que eu concordo, eles transferem muita responsabilidade, até mesmo de coisas relacionadas ao futebol, em direção política... óbvio, as coisas estão ligadas, mas não da maneira que eles propagam. Eles estão sempre buscando escurecer um lado e esclarecer o outro, então eu acho que deixar de ler não, mas deixar de consumir o conteúdo de forma ativa, produzido por tal de informação.

Na sua vida atual, quais são as fontes que têm mais importância para você obter informação sobre diversos assuntos?

R: Tem a BBC News, que costuma assistir bastante relacionado ao mundo inteiro. Eu gosto também bastante de uma página do Instagram que se chama Mídia Ninja, não sei se você já viu, eles têm o hábito de colocar fonte no final das publicações que eles fazem, então eles acessam diversas fontes, Folha de São Paulo, isto é, eu sempre procuro por eles mesmo, tem o site da UOL, também, que tem bastante informação, o G1, da Globo, também tem bastante informação.

Você costuma seguir algum influenciador digital? Conseguiria definir algum aspecto da credibilidade do influenciador digital, se há alguém que financia ele por trás ou não?

R: Conheço alguns influenciadores, e até o motivo de eu não seguir porque eu sei como que as coisas acontecem, e eu não concordo, eles têm uma imensa credibilidade, e podemos tirar isso a partir do exemplo de vendas, às vezes o influenciador ele nem gosta do produto que ele está oferecendo, mas ele tá sendo pago para aquilo e ele tem uma influência muito grande entre um número significativo de pessoas que não tem noção do que serve, ela vai comprar porque o influenciador que ela gosta, e tem como um espelho. Eu acompanho alguns vídeos do Gabriel Monteiro e do Arthur do Val, eu tenho certeza que ambos são influenciadores políticos tomados para um lado, e aí eu percebi, nesse momento, que o que realmente os faz, o que os promove no momento, por exemplo, o Arthur do Val é um cara muito antiético, porque até certo momento, ele apoiava o presidente, e depois que aconteceu o acontecimento, ele deixou de apoiado, porém o que move ele não é a nossa sociedade, e sim diretamente a ele algo pessoal, ele não tinha como objetivo defender uma sociedade e as pessoas que estavam apoiando, ele, quando ele se candidatou, os influenciadores, eles têm muita credibilidade, e usa de uma sociedade totalmente carente para se auto promover, e eu não vejo isso como algo positivo, porque junto com ele, nessa questão de pessoas carentes inocentes, e eu quero acabar com a corrupção e tudo aquele discurso ensaiado que a gente já escutou milhões de vezes, a credibilidade que eles têm é enorme, porém também é muito perigosa, porque querendo ou não eles são pessoas, como eu posso dizer... com opiniões pessoais formadas por eles mesmo, nada

neutro ou que realmente ajude e mude a sociedade.

O que você acha que poderia ser feito para os jovens se interessarem mais por política?

R: Olha, eu acho que a gente tá vivendo um momento que foi o ano que mais jovens foram incentivados a tirarem o título antes da obrigatoriedade dos 18 anos, foi feito por apoio de grandes artistas, por exemplo, Anitta, Djonga, Kian e muitos outros. São pessoas, são figuras públicas que tomam as dores de quem diz não à juventude, eles fazem a diferença e promovem a política entre os jovens, são também as pessoas que eles costumam ter como espelho e acreditam ser qual é, além disso, algo que poderia trazer bastante jovens para a política, seria mostrar para eles que, talvez, o que nós temos hoje é devido a políticas anteriores, e que nós devemos lutar. Eu vejo que isso chega com bastante força nas escolas e faculdades.

Apêndice 9 – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**FACULDADE CÁSPER LÍBERO****TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Cara ou caro participante,

Esta pesquisa tem como tema “JUVENTUDE UNIVERSITÁRIA EM SÃO PAULO E A INFORMAÇÃO POLÍTICA NAS PLATAFORMAS DIGITAIS” e está sendo desenvolvida por mim, André Petrick Flor Souza Silva, mestrando do curso de Pós-Graduação em Comunicação – Mestrado, da Faculdade Cásper Líbero.

O objetivo principal do estudo é identificar a percepção de jovens, entre 18 a 24 anos, sobre questões como política e redes sociais. Sendo realizado em forma de entrevista, com aproximadamente 6 questões-tema, com tempo previsto de 30 minutos de duração em média. A entrevista será gravada e depois transcrita para fins de análise. Será mantido sigilo absoluto sobre a sua participação na pesquisa, ou seja, sua identidade não será revelada. Informamos também que a entrevista poderá causar algum desconforto, em razão do tempo para a sua aplicação.

A pesquisa tem caráter qualitativo, ou seja, não há pretensão de generalizar os dados e sim entender as percepções sobre assunto associados a Comunicação, referentes à política e redes sociais digitais. Esclarecemos, ainda, que a sua participação no estudo é voluntária e sem fins lucrativos para ambas as partes, e, portanto, não é obrigado(a) a fornecer as informações e/ou colaborar com as atividades solicitadas, podendo desistir a qualquer momento.

A pesquisadora responsável é a Profa. Dra. Marli dos Santos, que pode ser encontrada no endereço Av. Paulista, 900, 5º andar, Bela Vista, São Paulo, sala da coordenadoria da pós-graduação, telefone 3170-5643.

Se a/o participante considerar ter sido suficientemente esclarecida/o a respeito das informações que leu ou que foram lidas antes da entrevista, descrevendo o estudo “JUVENTUDE UNIVERSITÁRIA EM SÃO PAULO E A INFORMAÇÃO POLÍTICA NAS PLATAFORMAS DIGITAIS”, seus objetivos e o tipo de participação, que é isenta de despesas e voluntária, pedimos que assine abaixo, após o seguinte parágrafo:

Eu me informei com André Petrick sobre a pesquisa e a minha participação nesse estudo. Ficaram claros para mim quais são os propósitos, os procedimentos a serem realizados, seus desconfortos e riscos, as garantias de confidencialidade e de esclarecimentos permanentes. Concordo voluntariamente em participar deste estudo e poderei retirar o meu consentimento a qualquer momento, antes ou durante o mesmo, sem penalidades, prejuízo ou perda de qualquer benefício.

Assinatura responsável

Data: __/__/__

Declaro que obtive de forma apropriada e voluntária o Consentimento Livre e Esclarecido dessa/e participante para a participação nesse estudo. Sendo que uma via deste documento deve ficar com o participante e outra em posse do pesquisador responsável.

Assinatura do responsável pelo estudo

Data: __/__/__