

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

RENATA FIGUEIREDO DE MEDEIROS

INTERESSE DOS JOVENS UNIVERSITÁRIOS POR POLÍTICA E O
CONSUMO DE INFORMAÇÃO

CURITIBA

2023

RENATA FIGUEIREDO DE MEDEIROS

INTERESSE DOS JOVENS UNIVERSITÁRIOS POR POLÍTICA E O
CONSUMO DE INFORMAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Graduação em Relações Públicas, Setor de Artes, Comunicação e Design, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Relações Públicas.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Michele G. Massuchin

CURITIBA

2023



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

**AVALIAÇÃO DA APRESENTAÇÃO ORAL DO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM RELAÇÕES
PÚBLICAS II**

ALUNA: RENATA FIGUEIREDO DE MEDEIROS

DATA DA APRESENTAÇÃO ORAL E DEFESA: 10/07/2023, às
10h00, sala 02 do DECOM.

BANCA EXAMINADORA – PROFESSORES	NOTA
Michele Goulart Massuchin (orientadora)	100,0
José Carlos Fernandes	100,0
Bruno Rafael dos Santos (convidado)	100,0
MÉDIA FINAL:	100,0

Curitiba, 10 de julho de 2023.

Assinatura: _____

Prof.^a Dr.^a Michele Goulart Massuchin
Orientadora

Dedico este trabalho aos meus pais, que me proporcionaram todo o sustento necessário para que eu chegasse a esta instituição de ensino, e concluísse a graduação.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, José Carlos Medeiros e Lucilene Antunes Figueiredo, que foram meu suporte emocional e financeiro durante todos esses anos de graduação.

Ao meu companheiro, Marcos Vinicius de Mello, que me amparou diante das dificuldades acadêmicas e pessoais.

À minha orientadora, Prof^a. Dr^a. Michele Goulart Massuchin, que me incentivou a adentrar a área de pesquisa em comunicação política, que culminou neste projeto.

A todos os estudantes que colaboraram respondendo e divulgando a pesquisa, que viabilizou a realização desse trabalho.

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo analisar o comportamento e a percepção dos jovens estudantes da Universidade Federal do Paraná em relação à política. Busca-se verificar o interesse por assuntos que permeiam a esfera política, tais como processos eleitorais, inclinações partidárias e ativismos políticos. Com recorte de idade de 18 a 28 anos, a análise visa entender o envolvimento desse público com a política a partir de diversos aspectos, como as influências parentais, e da internet como meio de consumo de informações. Para isso, a pesquisa demanda de uma abordagem quantitativa, que busca entender o perfil do jovem como cidadão político ativo. A monografia conta inicialmente com uma discussão teórica sobre as definições do que se entende como atuação política, seguida por uma etapa de aplicação - durante três semanas - de um questionário com perguntas fechadas. O suporte bibliográfico conta com autores como Fuks (2012), que aborda temas como os padrões de influência dos ambientes de socialização sobre o perfil político dos jovens, Morais e Bernardi (2021), que relacionam o lugar da internet na cultura política, e, também, Ferreira (2021), que explica a associação do Ensino Superior com maiores níveis de envolvimento político. A hipótese perseguida argumenta que os jovens universitários não são desinteressados por temas da esfera política, mas sim pelas formas de participações políticas convencionais. Os principais resultados indicam que os estudantes respondentes da UFPR possuem elevados níveis de envolvimento e participação política, que os principais meios de consumo de informação política são os sites de notícias e as redes sociais, e que há um padrão de inclinação partidária entre os cursos.

Palavras-chave: Política. Jovens. Comunicação. Universidade. Internet.

ABSTRACT

This research aims to analyze the behavior of young students at the Federal University of Paraná, related to politics. It seeks to verify interest in subjects that permeate the political sphere, such as electoral processes, party inclinations and political activism. With an age range of 18 to 28 years, this analysis seeks to understand the involvement of this public with politics from different aspects, such as parental influences and the internet as a means of consuming information. For this, the research demands a quantitative approach, which aims to understand the profile of the young person as an active political citizen. The monograph initially has a theoretical discussion on the definitions of what is understood as political action, followed by a three-week application stage of a questionnaire with closed questions. The bibliographic support includes authors such as Fuks (2012), who addresses topics such as the patterns of influence of socialization environments on the political profile of young people, Morais and Bernardi (2021), who relate the place of the internet in political culture, and, also, Ferreira (2021), who explains the association of Higher Education with higher levels of political involvement. The pursued hypothesis argues that university students are not uninterested in issues of the political sphere, but rather in the forms of conventional political participation. The main results indicate that UFPR students have high levels of involvement and political participation, that the main means of consuming political information are news sites and social networks, and that there is a pattern of partisan bias among courses.

Keywords: Politics. Young. People. Communication. University. Internet.

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – IDADE DOS RESPONDENTES.....	44
TABELA 2 – SETORES DA UFPR DOS RESPONDENTES.....	45
TABELA 3 – NÍVEL DE ESCOLARIDADE DOS RESPONSÁVEIS.....	46
TABELA 4 – FORMAS DE PARTICIPAÇÃO POLÍTICA.....	47
TABELA 5 – NÍVEIS DE ENVOLVIMENTO POLÍTICO.....	49
TABELA 6 – NÍVEIS DE INTERESSE POLÍTICO.....	49
TABELA 7 – MOTIVAÇÕES POLÍTICAS.....	52
TABELA 8 – DESMOTIVAÇÕES POLÍTICAS.....	53
TABELA 9 – MEIOS DE CONSUMO DE INFORMAÇÃO.....	55
TABELA 10 – ACOMPANHAMENTO DE CANDIDATOS.....	58
TABELA 11 – FORMAS DE ACOMPANHAMENTO DE CANDIDATOS.....	58

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 –RENDA FAMILIAR BRUTA.....	45
GRÁFICO 2 - VOTO EM ELEIÇÕES MUNICIPAIS E PRESIDENCIAIS.....	50
GRÁFICO 3 – INCLINAÇÃO PARTIDÁRIA.....	51

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
2. JOVENS E A RELAÇÃO COM A POLÍTICA	13
2.1 POR QUE ENTENDER O INTERESSE DOS JOVENS POR POLÍTICA?	13
2.2 E POR QUE ESTUDAR O JOVEM QUE ESTÁ NO MEIO ACADÊMICO?	15
2.3 DADOS SOBRE O ENVOLVIMENTO POLÍTICO DOS JOVENS	16
2.4 VARIÁVEIS RELACIONADAS À SOCIALIZAÇÃO POLÍTICA DOS JOVENS .	19
3. CONSUMO DE INFORMAÇÃO NO BRASIL	22
3.1 MUDANÇAS NO CONSUMO DE INFORMAÇÃO NO BRASIL	23
3.2 CONSUMO DE INFORMAÇÃO PELOS JOVENS NA INTERNET	24
3.3 COMO A INTERNET SE RELACIONA COM A SOCIALIZAÇÃO POLÍTICA? .	26
3.4 A INTERNET ESTÁ REMANDO A FAVOR OU CONTRA AS ONDAS DEMOCRÁTICAS?	29
3.5 A INDIVIDUALIZAÇÃO DO DEBATE POLÍTICO NO AMBIENTE ON-LINE	31
3.6 INFORMAÇÃO SOBRE POLÍTICA NO AMBIENTE DIGITAL E SEUS RISCOS	33
4. METODOLOGIA	35
4.1 GRUPO FOCAL COMO ESTRATÉGIA DE PESQUISA	35
4.2 QUESTIONÁRIO COMO ESTRATÉGIA DE PESQUISA.....	38
5. ANÁLISE DE DADOS	42
5.1 RESULTADO DO GRUPO FOCAL	42
5.2 PERFIL DO ESTUDANTE UNIVERSITÁRIO DA UFPR	44
5.3 PARTICIPAÇÃO E INTERESSE POR POLÍTICA	47
5.4 MOTIVAÇÕES E DESMOTIVAÇÕES DA PARTICIPAÇÃO POLÍTICA.....	52
5.5 CONSUMO DE INFORMAÇÃO SOBRE POLÍTICA.....	55
5.6 DIFERENÇAS INTERNAS NO INTERESSE E PARTICIPAÇÃO.....	60
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	64

REFERÊNCIAS.....	68
APÊNDICE 1 – QUESTIONÁRIO COM TEXTO INTRODUTÓRIO.....	73

INTRODUÇÃO

A Lei Federal nº 12.852 institui o Estatuto da Juventude, o qual entende como jovens os indivíduos com idade entre 15 e 29 anos, e tem como princípios a promoção de autonomia, de participação social e política do jovem, o reconhecimento como sujeito de direitos universais, a valorização do diálogo e convívio com as demais gerações, entre outros.

E qual a relevância de tal fato para a política? É que dentro desse intervalo de idade, se atinge a idade mínima para se tornar um eleitor, e conseqüentemente, um cidadão politicamente ativo, e segundo a Lei, o jovem deve ter oportunidades de participar da vida pública, tendo seus direitos reconhecidos. Ademais, tal público já passa a corresponder a uma parcela significativa da População Economicamente Ativa (PEA), que são aqueles que constituem a capacidade produtiva de um país.

Além disso, o jovem é essencial para os processos eleitorais. Tendo em mente os dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), desde as últimas eleições em 2018, o público votante de 16 e 17 anos aumentou em 51%, totalizando mais de 2 milhões de eleitores. Com isso, se considerarmos todo o recorte etário que engloba os jovens, teremos uma parcela decisiva de eleitores. Portanto, entender e interpretar a relação dos jovens com a política é de suma importância para a área de comunicação política.

Porém, tal responsabilidade social que recai sobre o público jovem, nos coloca a refletir sobre qual a bagagem de conhecimentos que estes trazem consigo após deixarem a infância, e como isso se relaciona com seu interesse por política. Quais fatores influenciam os recém formados no ensino médio a adentrar a esfera política? Quais princípios carregam e como os adquiriram? O interesse em atuar politicamente dentro da sociedade tem influência familiar? Quais ambientes de socialização atuam na formação do pensamento crítico do jovem brasileiro? Tais questionamentos conduzem o fluxo desta pesquisa, a qual visa analisar de forma quantitativa os padrões de comportamentos políticos dos jovens universitários.

Segundo Fuks (2012), os ambientes familiares e escolares possuem conseqüências substantivas no perfil do jovem. Todavia, também ressalta que tais estruturas são diferentes e variáveis. O envolvimento político da família, a classe econômica e social, e o padrão de ensino das instituições frequentadas, vão impactar diretamente nos posicionamentos adotados. Assim, essas questões são investigadas tendo como foco jovens estudantes universitários, e como recorte a Universidade

Federal do Paraná (UFPR). A partir deste desenho de pesquisa, busca-se relacionar o interesse por política, a participação e compreensão de aspectos políticos também com o consumo de informação sobre o assunto, o que justifica a inserção desta pesquisa na área da Comunicação.

Um ponto importante do foco nos jovens, é que estes têm sido mais afetados pela influência das novas Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs). Essas tem atuado na constituição do imaginário político dos jovens e adolescentes, considerando o que diz Marques (2016), sobre a potencialidade que a internet possui no estabelecimento de relações entre cidadão e representante. A velocidade, maleabilidade, e potencial de viralização de informações é algo consideravelmente novo, que muda a lógica do recebimento de informações sobre política, levando em conta que o próprio aplicativo WhatsApp, por exemplo, líder entre as plataformas de troca de mensagens, segundo Purz (2023), teve seu surgimento em 2009 e tem o Brasil como 2º país com maior número de usuários, sendo 165 milhões de pessoas.

Segundo Gomes, Fernandes, Reis e Silva (2009), as eleições norte americanas de 2008 marcaram o início da era que eles vão chamar de pós web, que conta com as redes sociais como partes integrantes dos processos eleitorais, o que alterou de forma estrutural o funcionamento da comunicação política. Isso torna necessário a inclusão do estudo da internet quando falamos em estudo das percepções políticas.

A importância de trazer as TICs para o debate na relação dos jovens com a política, se justifica ao considerarmos o conceito de nativos digitais, cunhado por Prensky (2001), que descreve a “geração de jovens nascidos a partir da disponibilidade de informações rápidas e acessíveis na grande rede de computadores” (PRENSKY, 2001, não p.), que compreendem os indivíduos nascidos a partir de 1995, também conhecidos por Geração Z ou *millennials*. Ou seja, se considerarmos que os jovens nascidos entre 1995 e 2006 já atingiram a idade mínima para tirar o título de eleitor, também devemos considerar que os ambientes digitais possuem significativa importância em suas formações de opinião, tornando-se uma variável importante para o estudo dos jovens e a relação com a política.

Barros e Martins (2016), por exemplo, afirmam que a internet e as redes sociais influenciam diretamente na relação dos jovens com as instituições políticas, levando em conta que a Geração Z teve a tecnologia digital já inserida em seus processos de aprendizagem, seja nas instituições de ensino ou no ambiente familiar. Porém, a

prematura relação e domínio dos meios digitais pelos jovens não necessariamente significa o desenvolvimento de uma comunicação de mão dupla com a esfera política ou, até mesmo, maior interesse por política. Os autores citados vão explicar que apesar das novas possibilidades dialógicas entre representante e representados trazidas pelas TICs, essas não significam uma interação recíproca e nem garantem uma reflexão crítica, considerando que algumas das características predominantes do ambiente on-line são a disseminação desenfreada de informações, e a dificuldade de obtenção de consenso entre os falantes. Tais alegações abrem margem para trazeremos luz ao debate acerca de como tsunamis diários de informações sobre o meio político influenciam o interesse do público jovem.

Todavia, é inviável propor um estudo a categoria jovens como unidade, tendo em vista que, como afirmam Barros e Martins (2016), existem diversos tipos de juventudes, e não podemos entender esse grupo como “homogêneo e monolítico” (BARROS; MARTINS, 2016, p.141). Buscar um padrão de comportamento entre os 47 milhões de cidadãos com idade entre 15 e 29 anos, que segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), correspondem a 23% de toda a população do país, é como diria o dialeto popular: “procurar uma agulha em um palheiro”.

Com isso, esta pesquisa tem como recorte o meio universitário, que engloba indivíduos que obrigatoriamente já tenham concluído o ensino médio, conquista que ocorre majoritariamente a partir dos 16 anos, idade que como citado, também autoriza a tiragem do primeiro título de eleitor. Porém, considerando que segundo o Instituto Semesp, há 36 milhões de jovens no Ensino Superior, é necessário reduzirmos mais o enquadramento. Portanto, a proposta regente é restringir o público alvo a jovens com idades entre 18 a 28 anos, com matrícula ativa na Universidade Federal do Paraná, a qual conta com 32 mil alunos, o que nos permite aplicar e avaliar alunos de diferentes cursos de cada área de estudo.

Ademais, Fuks (2011) cita a participação estudantil como um dos “principais tipos que fomentam a participação política futura” (FUKS, 2011, p.151). Porém, dentro de tal alegação há diferentes recortes que são determinantes no envolvimento dos estudantes com a área política, como a escolaridade dos próprios pais, afirma o autor. Assim, não podemos considerar a categoria estudantes universitários como homogênea, tendo em vista que as divergências começam desde o nicho público, militar e privado. Fuks (2011), demonstra que ambientes de ensino mais elitizados

potencializam nos alunos o sentimento de serem politicamente eficazes, ou seja, o sentimento de que possuem voz ativa na sociedade. Em contrapartida, o autor demonstra que apesar das escolas de elite ofertarem ambientes mais politizados, tal fato não se converte em participação política, considerando que alega que “são os alunos de escolas públicas que participam mais nas organizações da sociedade civil” (FUKS, 2011, p. 159). Com isso, se justifica a escolha de analisar os estudantes de uma instituição pública, verificando, inclusive questões sociais e econômicas.

Assim, com base no recorte de jovens e universitários, esta pesquisa busca responder a seguinte pergunta: como o interesse político do jovem universitário é percebido e pelo que este se interessa? O objetivo geral é analisar a relação dos estudantes com os temas da esfera política, e os objetivos específicos são: a) mensurar o interesse dos jovens pela política, b) verificar as motivações e desmotivações da relação do jovem com a política; e, c) verificar as principais formas de consumo de informação sobre política. E a hipótese perseguida argumenta que os jovens universitários não são desinteressados por temas da esfera política, mas sim pelas formas de participações políticas convencionais

Com isso, nesse trabalho pretendemos nos aprofundar na relação dos jovens universitários com o meio político, e se tal influência diverge entre cursos de diferentes áreas. Dessa forma se tornará possível comparar as percepções dos públicos de uma mesma universidade, com o mesmo recorte etário e durante um mesmo período, sobre seu interesse por política, o consumo de informação e sua atuação política.

O texto desta monografia está dividido em seis partes, sendo a introdução, em que se é justificada a relação do jovem com a política, e é seguida por dois capítulos de discussão teórica, dos quais se iniciam com a explicação da opção pelo público jovem universitário, as influências que impactam as percepções do indivíduo perante temas políticos, e sobre as mudanças e formas de consumo de informações, com enfoque na internet. Após o diálogo entre os operadores teóricos, apresentamos a metodologia utilizada, também embasada por referências bibliográficas, que culminarão na análise de dados, nas considerações finais, e por fim as referências.

2. JOVENS E A RELAÇÃO COM A POLÍTICA

O funcionamento de regimes de governo democráticos tem em sua essência a participação da população na esfera pública, ou seja, a democracia depende do envolvimento popular para se sustentar. Furlan, Nisgoski e Pereira (2021) afirmam que “pessoas mais interessadas politicamente apresentam uma maior tendência de se engajar em processos políticos e reivindicar melhorias em prol de um bem estar coletivo” (FURLAN; NISGOSKI; PEREIRA, 2021, p.179). Além disso, os autores ressaltam que esse interesse político possui uma relevância ainda maior quando pensamos no público jovem, tendo em vista que estes possuem décadas de vida política pela frente.

Como funcionariam os processos eleitorais se ninguém votasse? Como seríamos representados se não escolhêssemos nossos representantes? E como poderíamos nos tornar desinteressados perante temas que impactam nosso cotidiano? Com isso, estabelecemos a importância de se investigar o interesse dos cidadãos pelos temas políticos. E neste trabalho em específico, iremos focar no interesse do público jovem pelo tema. Os tópicos deste capítulo vão abordar a justificativa da escolha do público alvo, a necessidade de estudarmos também as influências que impactam as percepções do indivíduo perante temas políticos, a relevância de enquadrar os jovens universitários, assim como os dados sobre sua socialização e interesse político.

2.1 POR QUE ENTENDER O INTERESSE DOS JOVENS POR POLÍTICA?

Como já enfatizado na introdução, entende-se por jovem, segundo o Estatuto da Juventude, os indivíduos com idade entre 15 e 29 anos. Porém, a inserção de assuntos da esfera pública e política já permeiam a vida do homem desde o seu nascimento, considerando que desde nossa primeira vacina já estamos em contato com o Sistema Único de Saúde (SUS), o qual é mantido e administrado pelo governo vigente. Com isso, fica claro que para entendermos os interesses dos jovens nos assuntos políticos, precisamos antes entender o que os influenciou, e isso engloba a condição financeira e acadêmica da família, as instituições de ensino frequentadas, se é ativo em alguma religião, e inclusive o sexo do indivíduo, afirma Fuks (2011).

O Tribunal Superior Eleitoral (TSE), aplicou, em 2017, uma pesquisa entre jovens de 18 a 20 anos, de quinze estados diferentes do país, com intuito de "avaliar a percepção dos jovens sobre eleições, política e participação na democracia, bem como a comunicação dos órgãos da Justiça Eleitoral com esse público específico" (TSE, 2017, não p.). Vale ressaltar que o recorte etário imposto pelo TSE dialoga com o recorte desta pesquisa, que visa englobar jovens com idade suficiente para adentrar o cenário acadêmico. As conclusões obtidas revelaram que 59,8% possui título de eleitor, e executou seu direito de voto na eleição de 2014, porém que essa participação ativa não reflete no debate sobre os temas políticos, observando que os votos ou seguiram a orientação dos pais, ou se direcionaram ao representante com maior intenção de votos, sem necessariamente fazerem pesquisas sobre os candidatos e seus partidos.

Independentemente da idade, quando se fala em eleições, o que vem à cabeça dos jovens é, sobretudo, o termo "corrupção", entre outros termos, que, em sua maioria, são de conteúdo negativo. Pelo resultado da pesquisa, ficou claro que as desmotivações para o ato de votar são bem mais fortes que as motivações, principalmente entre os pesquisados de 16 e 17 anos e aqueles de menor escolaridade (TSE, 2017, não. p).

Tal conclusão fomenta o objetivo perseguido neste projeto de estudar e analisar as características que constroem e mantêm os interesses dos jovens na política, pois conforme a pesquisa realizada pelo TSE (2017), os jovens não estão se aprofundando em temas políticos, e se encontram cada vez mais desmotivados em se envolver na esfera pública, fazendo com que o exercício do voto perca seu potencial como instrumento de democrático.

Na teoria, o exercício da cidadania do voto é importante como instrumento de mudança coletiva. Mas, na prática, as mudanças não são concretizadas. Na teoria, ele faz parte do processo, mas, na prática, ele não foi convidado a participar do processo democrático. Por enquanto ele é somente um voto, de alto valor para o político na época da eleição. Na teoria, ele sabe todo o discurso, mas na prática não exerce seu direito de cidadão (TSE, 2017, não. p).

Ou seja, fica claro que os jovens não veem potencial em sua própria voz como precursores de mudanças por meio dos instrumentos de cidadania, como o voto. A pesquisa desenvolvida pelo NUPESAL/UFRGS, utilizada como referência no capítulo de Moraes e Bernardi (2021), na revista *Análise Social*, aponta que além dos jovens não simpatizarem com os partidos políticos atuais, eles também não possuem

confiança nas instituições políticas, reproduzindo um comportamento hereditário de uma socialização autoritária, em que o indivíduo não enxerga seu potencial como cidadão que pode atuar em prol da sociedade, se vendo como distante da esfera política, ou seja: “só mais um” em meio às multidões.

2.2 E POR QUE ESTUDAR O JOVEM QUE ESTÁ NO MEIO ACADÊMICO?

Ferreira (2021, p. 40) argumenta que “nem todos os jovens são estudantes, e nem todos os estudantes são jovens”, porém ainda assim há uma relação entre a juventude e o meio acadêmico. Em sua pesquisa a autora demonstra que 83,3% dos universitários de Portugal possuem idades de até 29 anos, dado que fica ainda mais evidente quando olhamos para o Brasil, onde a idade média dos inscritos em cursos superiores é de 26 anos. Com isso, fica claro que os indivíduos inseridos no cenário universitário estão dentro do recorte etário da classificação de jovens. Ferreira (2021) afirma que o “Ensino Superior é frequentemente apontado como um fator associado a maiores níveis de envolvimento político” (FERREIRA, 2021, p.26).

Segundo Verba e outros (1995), a educação para além de aumentar os níveis de participação, tem um papel importante para o desenvolvimento de competências cívicas que são úteis para que os cidadãos possam comunicar efetivamente as suas preocupações com os políticos (FERREIRA, 2021, p.26).

Com isso, podemos aferir que o interesse por assuntos políticos está intrinsecamente ligado aos processos educacionais e de aprendizado. Considerando a família e a escola como principais agentes socializadores políticos, é viável que enfoquemos esta pesquisa aos jovens regularmente matriculados em instituições de Ensino Superior. Mitozo e Massuchin (2020), analisaram em seu artigo para a Revista Teoria & Pesquisa, como as variáveis socioeconômicas estão relacionadas aos hábitos de participação dos cidadãos da cidade de São Paulo. As autoras concluíram que a escolaridade está relacionada à participação política quando falamos sobre atividades institucionais.

Eles indicam (os dados), de forma bastante enfática, que a escolaridade é um divisor de águas em relação a baixa participação não-institucional. Além disso, outros resíduos positivos indicam que quem tem ensino superior completo tende a se engajar mais na participação não-institucional desde uma participação mediana até de alta intensidade. Ao contrário, cidadãos

sem instrução ou com pouca escolaridade apresentam resíduos negativos conforme aumenta a intensidade de participação (MITOSO; MASSUCHIN; 2020, p. 56).

Tal conclusão das autoras dialoga com a hipótese perseguida nesta pesquisa, de que os jovens estudantes não são desinteressados por política, mas sim por suas formas de atuação convencionais, pois indica que em sua amostra os resultados demonstram que os cidadãos que possuem ensino superior completo irão se envolver de forma mais engajada com as formas de participação não institucionais, como passeatas, aproximação com ONGs, e o próprio uso das redes sociais digitais para se manifestar politicamente. Outro ponto de consenso entre as pesquisas, é o de que as autoras demonstram que aumentar a escolaridade do indivíduo impacta mais nas suas possibilidades de participação, do que aumentar sua renda. Com isso, embasamos a justificativa de escolha do público matriculado na universidade, entendendo que sua presença no meio acadêmico influencia sua percepção política.

E por que escolher os estudantes da Universidade Federal do Paraná? Além da facilidade pessoal de acesso e contato, a escolha de uma instituição pública de ensino se deve ao fato de que, dialogando com o afirmado por Fuks (2011), os alunos de escolas públicas demonstraram maior engajamento perante temas políticos. Vale ressaltar que segundo dados de 2020, a UFPR possui 32 mil alunos em seus 136 cursos de graduação, e mais de 7 mil em cursos de pós-graduação, além de ter sido nomeada em 2023 a primeira colocada no ranking paranaense do Cybermetrics Lab, grupo de pesquisa vinculado ao Conselho Superior de Investigações Científicas (CSIC), que avalia visibilidade, transparência e excelência das instituições de ensino. Com isso, fica clara a importância que a instituição pública possui para o Estado.

2.3 DADOS SOBRE O ENVOLVIMENTO POLÍTICO DOS JOVENS

A desconfiança nas ferramentas democráticas, como o voto, identificada pela pesquisa do TSE (2017), e pelas autoras Moraes e Bernardi (2021), é alarmante pois demonstra riscos ao funcionamento de sistemas democráticos, visto que respondendo ao que questionamos acima - como funcionariam os processos eleitorais se ninguém votasse - a resposta é que não funcionariam, portanto se torna necessária a investigação do tema junto aos jovens, buscando entender e atuar sobre suas perspectivas.

Pinheiro e Farias (2021), ressaltam em seu ensaio a importância histórica e social dos jovens como protagonistas de movimentos sociais estudantis, e como potenciais influenciadores da agenda política, e até mesmo dos resultados de eleições.

Olhar para o jovem e para o seu potencial como agente político é premissa básica para a construção de uma visão de democracia onde a participação não seja apenas normativa, meramente formal, mas sim uma prática cotidiana daqueles que fazem parte da sociedade (PINHEIRO E FARIAS, 2021, p. 13).

O legado autoritário que marcou o Brasil com a colonização e a Ditadura Militar de 1964, influencia o funcionamento da democracia nacional até os dias de hoje, pois suas sequelas causam instabilidade política e econômica, que dificulta o desenvolvimento de uma cultura política, que consolide cidadãos que não só exerçam sua cidadania, mas também a entendam e a fomentem para seus próximos. Tal histórico antidemocrático causa, segundo Moraes e Bernardi (2021), um cenário de enfraquecimento das instituições políticas, o que além de colocar em risco a própria democracia como sistema, propicia um baixo interesse por assuntos políticos, pela participação cidadã, e de confiança nas instituições, “fomentando o cinismo, o individualismo, a corrupção, o clientelismo, o personalismo e patrimonialismo” (Baquero, 2008, apud Moraes e Bernardi, 2021, p.368).

A pesquisa utilizada no artigo de Moraes e Bernardi (2021), busca analisar o impacto da família e da internet no processo de socialização política dos jovens, com enfoque na região Sul do país. O descoberto pelas pesquisadoras entra em consonância com a conclusão obtida pela pesquisa citada do TSE (2017), que se deparou com uma certa apatia política entre os jovens¹, que definem os representantes políticos como “todos iguais”, e enxergam o voto como ineficaz para mudanças sociais, assim como no trabalho das autoras citadas acima, que também declaram além do baixo interesse e participação entre os jovens, a baixa confiança nas instituições. Baquero 2008, apud Moraes e Bernardi, 2021, define que os jovens fazem parte de uma cultura política híbrida, que é:

Capaz de apresentar valores favoráveis à democracia simultaneamente com a falta de interesse na política e a existência de valores autoritários, tais como

¹ Ambas as pesquisas definem o jovem como objeto de pesquisa, porém com recortes etários diferentes, sendo a do TSE (2017) entre jovens de 18 a 20 anos, e a de Moraes e Bernardi (2021), entre 13 e 24 anos. As idades consideradas nas pesquisas se interpolam entre os 18 e 20 anos, tornando válida a comparação de resultados.

preferência por um líder forte, intolerância para com os que pensam diferente e apoio difuso à democracia (BAQUERO, 2008, apud MORAIS; BERNARDI, 2021, p. 368).

Tal afirmação dialoga com a pesquisa do TSE (2017), de forma a mostrar que apesar de se mostrarem favoráveis à regimes democráticos, o interesse dos jovens não é suficiente para, de fato, se envolverem na esfera de atuação pública, e quando se envolvem é apenas em discussão com seus pares, ou seja, com indivíduos semelhantes a eles. As autoras demonstram em sua pesquisa que os jovens se identificam com a premissa de que “pessoas como as de minha família não têm nenhuma influência nas ações do governo” (MORAIS; BERNARDI, 2021, p. 373), o que nos permite enxergar um distanciamento entre representados e representantes.

Porém, Morais e Bernardi (2021), declaram que o não envolvimento em questões políticas convencionais não significa passividade da juventude, dialogando com o exposto por Gohn (2018), que aponta que a dificuldade de diálogo entre o poder público e a juventude se deve pela institucionalização das formas de participação civil. A autora aborda que a não adaptação às mudanças sociais distanciam o jovem do governo, pois ao não acompanharem as “novas formas de sociabilidade e comunicação geradas pelas redes e mídias sociais” (GOHN, 2018, p.121), os atores políticos se encontram dessintonizados da frequência jovem.

A enquete “O Cidadão e o Senado” aplicada pelo DataSenado em 2021, revelou que o público jovem possui os menores índices de interesse na política, o que reflete no cenário da crescente abstenção dos eleitores perante o voto. Campos e Vasconcellos (2020), demonstram que a maior parte das justificativas de ausência nas eleições de 1º turno em 2020 foram feitas pelo público com idade entre 18 e 34 anos. Para suplantá-lo, Gohn (2018) defende que a cidadania deve ser construída a partir da experiência, e não apenas da participação. Considerar as experiências dos jovens é uma forma de dialogar e de entender suas demandas. “Problemas pessoais imediatos e demandas variadas sobre o tempo e a energia do jovem adulto tendem a distraí-lo da política.” (GLENN; GRIMES, 1968, apud FURLAN; NISGOSKI; PEREIRA, 2021, p. 184). A juventude é tida como uma fase de transição e de autonomização, e tais vivências do indivíduo irão afetar essa migração para a vida adulta.

A burocratização da atuação política faz com que os indivíduos se organizem a parte da sociedade civil, Gohn (2018) vai relatar que isso cria uma realidade sem

mediadores, pois é quebrada a ponte de contato entre os cidadãos que clamam por mudanças, com o Estado que deveria atendê-los. “Portanto, entender e dialogar com os jovens pode ser uma das variáveis importantes, capaz de explicar por que, raramente, os jovens participam de políticas públicas.” (GOHN, p.122, 2018).

Tal premissa parece óbvia, considerando que a raiz de uma boa comunicação é o diálogo. Então, se gostaríamos de entender as demandas de um público o esperado seria que conversássemos com este público, mas a institucionalização política se torna um obstáculo quando falamos em ouvir o povo diretamente. Com isso, Gohn (2018, p. 125), cita como “novidade deste século” a disseminação de coletivos autônomos, que se apresentam como uma nova forma de mobilização social dentro instituições de ensino, com maior concentração dentro das universidades, o que gera o fenômeno do debate não mediado, sem troca de propostas, prevalecendo a insatisfação de ambos os lados, citando como exemplo o Movimento Passe Livre (MPL). Gohn (2018), define como característica dessa atuação a falta de lideranças e o caráter autonomista, que visa a “emancipação do indivíduo e não mais do grupo” (GOHN, 2018, p. 130).

Como citado por Moraes e Bernardi (2021), o individualismo e personalismo passam a fazer parte do repertório dos jovens, a busca por autonomia e autodeclaração de suas prioridades afasta o espírito de atuação coletiva, o que fomenta a desigualdade social. Assim como defendido por Fuks (2011), os jovens que frequentam instituições de ensino de elite tendem a se sentir mais capazes de expor seus posicionamentos políticos, o que foge ao ideal de democracia de prezar por oportunidades iguais.

2.4 VARIÁVEIS RELACIONADAS À SOCIALIZAÇÃO POLÍTICA DOS JOVENS

Para entender o jovem, é necessário entender de onde surgem seus interesses e motivações para com a esfera política. Furlan, Nisgoski e Pereira (2021) afirmam que o interesse é composto por elementos afetivos e cognitivos, que podem ser entendidos como uma disposição interna ao indivíduo, de caráter temporário ou permanente, a partir do contato com conteúdos relativos à política, além de identificações com causas políticas e ideológicas, seja de forma positiva, o que segundo os autores irá motivar pela empolgação perante os temas, seja por motivações de insatisfação. Ao não se ver representado e não se sentir contemplado

por medidas públicas, os indivíduos podem buscar se envolver e se interessar pelos temas políticos, como uma forma de poder exigir mudanças.

Furlan, Nisgoski e Pereira (2021), abordam o chamado estágio de “anos impressionáveis”, que englobariam fases de aprendizado e absorção de conteúdos mais intensas. A escolarização, a exposição a conteúdos de mídia e a própria interação com indivíduos de fora do ambiente familiar vão impactar as experiências do ser humano, o colocando em contato com os mais variados temas cotidianos, entre eles a política.

A socialização infantil é defendida por Morais e Bernardi (2021), como de suma importância na construção de comportamentos políticos, pois sua ausência promove o não envolvimento, e não interesse do indivíduo quando adulto para com as instituições políticas, crescendo distantes de tais temas de modo a adentrar as estatísticas trazidas pela pesquisa do TSE (2017), que demonstra a apatia e o não reconhecimento da importância dos instrumentos democráticos pelos jovens.

Mas quando somos expostos a tais conteúdos da esfera política? Fuks (2011) aponta a família e a escola como os ambientes definidores no padrão de comportamento político do jovem, sendo o engajamento político dos pais elemento decisivo direto no processo de socialização política dos filhos. Morais e Bernardi (2021) explicam tal fato com a justificativa de que os pais, ou responsáveis legais pela criança, serão sua “principal fonte e locus para a satisfação de todas as suas necessidades básicas e inatas” (MORAIS; BERNARDI, 2021, p.371). Ou seja, o status de autoridade dos pais faz com que os filhos adotem seus posicionamentos, assim como se os pais valorizam o debate político e o envolvimento na esfera pública, a tendência é que os filhos cresçam buscando por valorizar também.

Porém, as autoras indicam que o fenômeno contrário da ausência de diálogo, e de posturas autoritárias e negligentes, estimula a “reprodução de uma cultura política autoritária entre as gerações, marcada pelo afastamento do jovem da política, com baixo interesse e sem identificação partidária” (MORAIS; BERNARDI, 2021, p. 372).

Já as condições socioeconômicas da família trazem influências indiretas, pois além de influenciarem o próprio envolvimento político dos pais, essa condição determina também as instituições de ensino que serão frequentadas, e estas por sua vez fomentarão ou não o engajamento político nos jovens. Fuks (2011), afirma que alunos de escolas mais elitizadas, e que convivem em ambientes mais politizados em

casa tendem a ter um maior estímulo na participação política. O autor vai abordar também as interferências das características individuais na formação do interesse por política:

Mesmo quando controladas pelas condições socioeconômicas e pelo ambiente escolar, o hábito de acompanhar o que acontece no mundo da política, a autopercepção de ser capaz de entender esses fenômenos, e a condição de ser religioso contribuem, de forma substantiva, para explicar porque alguns jovens participam mais do que outros (FUKS, 2011, p. 154).

Isso nos mostra que além das influências dos ambientes familiares e escolares, devemos considerar também as preferências individuais, inclusive o autor apresenta o dado de que os jovens religiosos se mostram mais propensos a participar em atividades comunitárias e estudantis, considerando que um dos pilares cultivados por princípios cristãos e protestantes é o trabalho voluntário e de caridade, que pode ser interpretado como forma de participação política, segundo Fuks (2011).

Porém, estabelecer a família como principal agente socializadora no processo de socialização política não anula a existência de outros agentes também com relevância para este estudo. Moraes e Bernardi (2021), apontam que após o ambiente familiar, temos as influências de amigos, grupos associativos, da escola, dos meios de comunicação, e da internet, a qual segundo a pesquisa das autoras vem se aproximando do primeiro lugar como espaço de aprendizagem, tópico que será abordado no próximo capítulo.

3. CONSUMO DE INFORMAÇÃO NO BRASIL

As TICs (Tecnologias da Informação e da Comunicação), consistem nos meios de telecomunicação que possibilitam a automatização da comunicação, e dos processos de tratamento de informações. Estão entre elas os computadores, os celulares, os *pendrives*, os *e-mails*, e até mesmo a Inteligência Artificial (IA). Todos esses recursos fazem parte da forma como consumimos informações.

A internet potencializou o funcionamento das TICs, e conforme Gomes (2005) alega, trouxe a possibilidade de implementar um modelo democrático que inclui a participação civil de forma mais constante, e não apenas nos períodos eleitorais. O autor demonstra que a internet atua como inspiração e demonstração de que há meios efetivos que permitam que os cidadãos se insiram cada vez mais na vida pública. Porém, o autor também reconhece que a existência do potencial digital para com a vida política da sociedade, não significa a formação de uma cultura de participação política. Mitozo e Massuchin (2020), afirmam que essa discussão também deve considerar que a “localização geográfica e a cultura política de um país contribuem para que se desenvolvam diferentes formas de engajamento do público com o campo da política”. (MITOZO; MASSUCHIN, 2020, p. 45). Ou seja, o debate não pode ser resumido a generalização de que as ferramentas digitais impactarão a participação política da população, se faz obrigatório considerar as variáveis que englobam a amostra analisada.

Também devemos considerar que o debate sobre a atuação das ferramentas digitais na participação política não significa que os meios tradicionais de comunicação perderam seu espaço. Spinelli (2000), argumenta que o rádio ocupava posição central na retórica liberal-democrática, nas décadas de 20 e 40, assim como a TV a cabo era vista como uma forma de ressarcimento à comunidade do controle pela divulgação da informação de cunho político.

E é com base nesses argumentos que pretendemos neste capítulo nos voltar a análise dos meios de telecomunicações tradicionais, e suas mudanças no Brasil, de forma a entender o processo de consumo de informação desde a última década.

3.1 MUDANÇAS NO CONSUMO DE INFORMAÇÃO NO BRASIL

O Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (CETIC BR), que atua sob os auspícios da UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação a Ciência e a Cultura), realiza anualmente a pesquisa TIC Domicílios, que tem como objetivo catalogar o acesso as TICs dos domicílios rurais e urbanos do Brasil, utilizando dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), e realizando entrevistas presenciais.

A versão mais recente da pesquisa, que é de 2021, apresentou que 96% da população urbana brasileira possui televisão, 95% possui telefone celular e 53% possui rádio. Já quando migramos para a região rural, os números se alteram respectivamente para 91% com acesso a televisão e ao celular, e 55% com rádio. Porém, se formos analisar a disponibilidade de internet, os números caem para 83% com acesso na área urbana, e 71% na rural, porcentagem que corrobora com o argumentado por Morais e Bernardi (2021), de que a disponibilidade de conteúdos e serviços on-line não é igualitária.

Em 2011, dez anos antes do último relatório da TIC Domicílios, 79% da população urbana possuía rádio, em comparação com 77% da rural. Fica evidente a queda percentual da posse do aparelho de telecomunicações de 26% e 22%, respectivamente, isso nos mostra que o meio foi aos poucos deixando os lares brasileiros, fato que se repete quando analisamos a presença do telefone fixo, que detinha 41% de dominância nos domicílios urbanos em 2011, e em 2021 demonstrou presença em 16%. A queda também se repete ao analisarmos a presença de televisores, a qual aparecia em 98% dos domicílios urbanos em 2011, e cai para 96% em 2021. Todavia, essas quedas de presença de alguns meios não significam que as pessoas estão deixando de usar as TICs, e sim que estão adquirindo novos equipamentos, que vão deixando os tradicionais cada vez mais defasados.

Se voltarmos mais alguns anos, chegando em 2008, os índices ficam ainda mais discrepantes, ao observamos que 23% da população urbana possuía telefone celular com acesso à internet, e já em 2021 o número salta 72 pontos e atinge 95%. Vale ressaltar que tais recortes são a nível Brasil, pois se filtramos os dados regionalmente, teremos resultados distintos entre si. Como é o caso da posse de computador de mesa em 2021, que é de 18% na região Sul do país, e apenas de 9% na região Norte, ou seja, o número dobra só de distinguirmos regiões extremas, o que

reforça nossa proposta de recorte de pesquisa em estudantes de um único Estado, e que frequentam a mesma instituição, visto que é inviável estabelecer análises a nível nacional, sem considerar as singularidades de cada região.

Entendendo a ascensão dos dispositivos de comunicação que utilizam da internet, como o celular e o computador, e em contrapartida a queda dos aparelhos analógicos, como o rádio, se torna indispensável estudarmos a disponibilidade de conexão nos domicílios. Em 2019, a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua, realizada pelo IBGE, mostrou que o acesso à internet entre grupos de 20 a 29 anos é de 93%, número alto se comparamos com a mesma ação entre grupos de 60 anos ou mais, que atingiram 45% de acesso. Isso demonstra que os jovens, assim como argumentado pelo conceito de nativo digital, possuem uma relação mais íntima com a internet do que os públicos mais velhos.

Com base nesses dados, e a comprovação do aumento do uso da internet entre os jovens, buscamos nos aprofundar no próximo tópico no consumo de informação exclusivo desse público.

3.2 CONSUMO DE INFORMAÇÃO PELOS JOVENS NA INTERNET

A geração dos nativos digitais, que conforme citado na introdução define os jovens que já nasceram num contexto midiaticado pelas redes de computadores, está intimamente acostumada a presença de conteúdos digitais em seu cotidiano. O fenômeno da plataformização nos inseriu em um estilo de vida que só funciona com ferramentas on-line, podendo ser entendido como um amplo processo de disseminação das plataformas digitais dentro de nossas esferas sociais (SANTOS JÚNIOR ALVES, 2021).

Acordamos bombardeados com atualizações em tempo real que vão desde a sensação térmica do dia, até às oscilações na bolsa de valores. As rotas até o trabalho, as opções de almoço e até seu *check-in* na academia são feitos por aplicativos que dependem da internet para o seu funcionamento. E o que queremos abordar com isso? Que se confiamos a nossa rotina quase que integralmente a ferramentas on-line, como aplicativos que indicam a hora de beber água ou que monitoram seu sono, por que não confiaríamos nas ferramentas on-line para buscarmos informações?

“A plataformização da web exerce um impacto considerável sobre a comunicação política e os sistemas midiáticos, potencialmente desorganizando as estruturas nacionais e interferindo em suas normas, convenções, lógicas e práticas” (SANTOS JÚNIOR ALVES, 2021, p. 5). Ou seja, a migração da esfera política para os ambientes plataformizados gera mudanças estruturais no processo de consumo de informação. As autoras Morais e Bernardi (2021), apontam que a revolução digital e das redes sociais provocam não só mudanças sociais de interação, como também inversões hierárquicas, que colocam os jovens, como filhos, em uma posição de maior conhecimento do que os adultos, em posição de pais. Tal fato vai corroborar com o descoberto na pesquisa usada pelas autoras, de que os jovens estão cada vez mais dispostos a buscar respostas para questões políticas na internet, do que em debates com seus pais.

O fenômeno das plataformas possibilita que os mais diversos conteúdos possam adentrar a esfera digital. Gomes (2005), cita a fase heróica do jornalismo, em que “se fosse o caso de se ter que escolher entre um governo sem jornais e jornais sem governo não se deveria hesitar um só momento em preferir este último modelo” (GOMES, 2005, p 215). Isso fez com que o canal se adaptasse à nova realidade de telas. A pesquisa Atlas da Notícia, divulgada pelo Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor), em 2022, evidenciou que os jornais digitais já são maioria no Brasil, fato que, como explica Carvalho (2022), demonstra que as empresas jornalísticas passam a valorizar o investimento nas redes digitais, até mesmo como uma “questão de sobrevivência” (CARVALHO, 2022, não p.).

Essa migração de veículos de informação para o digital, traz também a possibilidade de ascensão de novos autores no debate público.

A redução do poder de *gatekeeping* das elites midiáticas e políticas, tem potencial de levar novas vozes às esferas públicas, de iniciativas de jornalistas-cidadãos que teriam efeito de pluralizar as informações e opiniões disponíveis para o público (SANTOS JÚNIOR ALVES, 2021, p. 16).

Tal fenômeno, amplia a disponibilidade de informação para consumo, considerando que há mais pessoas falando. O público deixa de ser apenas receptor de conteúdos transmitidos pela grande mídia, e passa a ter autonomia para também se expressar e divulgar suas opiniões. Porém, a descentralização das instituições disseminadoras de informação também irá acarretar problemas, se considerarmos

que dar a todos um local de fala, não significa proporcionar apenas falas democráticas. Santos Júnior (2019) cita que a função do jornalismo tradicional de curadoria e de organização das notícias, aplica filtros que limitam os conteúdos, porém também distanciam posicionamentos antidemocráticos e discursos de ódio.

Com isso, devemos considerar que os jovens irão adquirir conteúdos por meios oficiais e não oficiais, como por exemplo o canal Brasil Paralelo, que possui mais de 3 milhões de inscritos no YouTube, e surgiu com o propósito de divulgar informações que supostamente não são divulgadas pelas mídias tradicionais, por estas serem dominadas pela esquerda, segundo o próprio canal. O canal chegou, inclusive, a ter sua monetização suspensa pelo TSE em outubro de 2022, por acusação de “uso indevido dos meios de comunicação e abuso de poder político e econômico” (TSE, 2022, não p.), e por gerar o que foi chamado de “caos informacional” pela Aije (Ação de Investigação Judicial Eleitoral). Outros canais se enquadram nesse mesmo *modus operandi*, como o Foco do Brasil e Dr News, que são patrocinados por empresas para promover positivamente algumas candidaturas, e prejudicar outras, segundo o corregedor-geral da Justiça Eleitoral, Benedito Gonçalves, os conteúdos produzidos por tais canais são feitos ideologicamente para endossar o candidato que apoiam, e reiterar notícias falsas. Por isso, cabe aos profissionais da comunicação entenderem como essa variedade de informações influencia no comportamento do público jovem, e é neste tema que procuramos nos aprofundar no próximo tópico.

3.3 COMO A INTERNET SE RELACIONA COM A SOCIALIZAÇÃO POLÍTICA?

Conforme abordado anteriormente, a presença constante da internet e das ferramentas on-line no nosso dia a dia, faz com que esta ocupe lugar de relevância nos meios de consumo de informação, inclusive perante temas políticos. A digitalização é caracterizada por Marques (2016) como revolucionária para a democracia, tendo em vista que o aumento do número de canais de comunicação propicia também um aumento proporcional na quantidade de dados e informações disponíveis para serem consumidas. Porém, quando se trata de trâmites políticos, a divulgação de notícias e feitos necessita de regras e exigências que devem ser debatidas e aprimoradas (MARQUES, 2016, p.55).

Morais e Bernardi (2021) indicam a internet como um novo tipo de socialização política, visto que esta rompe com barreiras geográficas, etárias e até mesmo de poder, pois possibilita que indivíduos de diferentes locais e posições sociais debatam “cara a cara”, simbolicamente. Tal possibilidade coloca o representante eleito e o representado votante frente a frente, contrariando as enormes distâncias invisíveis que haveria entre o cidadão comum e um membro do governo, em que a única interação entre ambos seria dentro dos períodos eleitorais. Isso gerava um certo conformismo dos eleitores ativos, visto que os meios de se questionar um representante eram escassos ou praticamente nulos, aniquilando as possibilidades de diálogos práticos e rápidos, como se faz notar atualmente nas redes sociais.

Um simples *tweet* mencionando o devido representante, dependendo do alcance, pode vir a trazer mudanças imediatas, como o caso ocorrido em julho de 2019 dentro da plataforma Twitter, em que a atriz Marina Ruy Barbosa direcionou seu *post* ao ex-governador do Rio de Janeiro, Wilson Witzel, fazendo uma cobrança sobre o andamento de uma obra pública na capital carioca, e o retorno do representante veio rapidamente.

Como se pode perceber, já se faz explícita a relevância da comunicação digital política, pois como afirma Marques (2016), os instrumentos de relações comunicacionais on-line têm condições de aperfeiçoar a vida democrática, desde que superem as limitações que enfocam apenas em promoções pessoais passageiras, e sejam tratadas como políticas legítimas de Estado, ampliando sua influência. Gomes (2005), alega que tais possibilidades de interação propiciam que cidadãos alcancem outros cidadãos sem mediações institucionais, o que promove uma reestruturação da relação do governo com os indivíduos da sociedade civil.

A facilidade de acesso e interação on-line motiva os jovens a “assumirem comportamentos de natureza social e política de seu interesse, constituindo-se como uma oportunidade de aumento da participação política dos jovens” (MORAIS; BERNARDI, 2021, p. 378). A pesquisa do NUPESAL/UFRGS (2021) revelou que 90% do público entre 13 e 24 anos entrevistado, indica as redes sociais como instrumentos de interação política, o que faz com que a internet passe a ser vista como espaço de aprendizado, superando as escolas, segundo as autoras. Dialogando com o afirmado por Gohn (2018) de que a cidadania deve ser construída a partir da experiência, Moraes e Bernardi (2021), afirmam que é por meio da experimentação das

competências on-line que os jovens identificam os benefícios e custos de usar a Internet.

Mitozo e Massuchin (2020) levantaram em sua pesquisa a hipótese de que os jovens tendem a efetivar sua participação mais via digital, além de afirmarem que a participação on-line tem sido uma “possibilidade aos cidadãos de se tornarem mais ativos politicamente”. (MITOZO; MASSUCHIN, 2020, p. 59). Como prova disso, as autoras demonstram que 71% dos respondentes de sua análise alegaram que a participação em atividades presenciais tem frequência muito baixa. Porém, concluíram que a hipótese de associação entre jovens e a alta participação on-line não se confirma, dado relevante para esta pesquisa pois a relação entre os jovens e as formas de consumo pela internet é um dos nossos focos.

Porém, não se pode deixar de lado a relação do uso da internet com as condições econômicas dos indivíduos. Mitozo e Massuchin (2020), relatam em sua pesquisa que conforme a renda do indivíduo vai aumentando, seu interesse em participar institucionalmente da esfera pública cresce.

Tal dado fica ainda mais claro ao observarmos no relatório de 2021 da TIC Domicílios, que apenas 69% da população que ganha até um salário mínimo possui acesso à internet, em contrapartida, quando olhamos para os que possuem mais de dez salários mínimos, a porcentagem sobe para 99% de acesso. Ou seja, precisamos considerar que a disponibilidade de conteúdos e serviços on-line não é igualitária, e mesmo que o acesso fosse generalizado, há uma “carência de conhecimento digital por parte das crianças de classes mais baixas” (MORAIS; BERNARDI, 2021, p. 379). Segundo a pesquisa do Instituto Locomotiva e da Consultoria PwC, 71% da população brasileira acima de 16 anos não tem garantia de internet todos os dias.

Quando uma pessoa não tem acesso a esse universo ela é incapaz de acompanhar as transformações advindas, e com isso, se distancia mais dos que têm acesso, sendo esse um dos fatores que causam a desigualdade social e geram o analfabetismo digital (ANDRADE, 2022, não. p).

Ao entendermos a família e a Internet como agentes socializados no desenvolvimento humano, podemos considerar que os jovens irão adotar posturas em relação ao uso da Internet semelhante ao de seus pais. Contudo, Morais e Bernardi (2021), citam a ascensão do processo de autossocialização propiciado pelas

ferramentas digitais, em que o indivíduo pode pesquisar seus interesses de forma autônoma, selecionando os conteúdos que mais lhe interesse.

A Internet está a ganhar terreno para ser o segundo agente socializador, tomando o lugar da escola neste processo. Neste sentido, a socialização política dos jovens é um processo híbrido, no qual o jovem interioriza valores através de um agente socializador tradicional, a família, e se autossocializa recorrendo a um novo agente, a Internet (MORAIS; BERNARDI, 2021, p. 380).

E como podemos garantir que nesse período de incertezas e conflitos internos da juventude, o indivíduo irá se debruçar sobre temas políticos em meio a imensidão de informação disposta diariamente? Na pesquisa do TSE (2017), é concluído que os jovens utilizam a Internet como uma espécie de radar do que está sendo discutido, inclusive sobre candidatos políticos. “A rede social é importante, mas é um instrumento de informação passiva – ele não vai à sua procura, as informações é que chegam até ele” (TSE, 2017, não p.).

3.4 A INTERNET ESTÁ REMANDO A FAVOR OU CONTRA AS ONDAS DEMOCRÁTICAS?

O debate sobre os benefícios e malefícios da internet permeia a área da comunicação há décadas. Mas não há como definir tamanho advento como bom ou mau. A influência da internet e dos meios de comunicação digital no nosso dia a dia, como demonstrado pelo fenômeno da plataformização, torna essencial o estudo do impacto digital em torno da socialização política. Bennett (2008), alega que existem dois paradigmas em torno da discussão sobre política, internet e juventude: um que apresenta jovens cidadãos envolvidos na esfera pública, e outro que demonstra jovens passivos e distantes da sociedade civil.

Porém, para nivelarmos tal debate é necessário distinguirmos os conceitos de participação política. Assim como explorado por Gohn (2018), é necessário analisarmos os jovens por suas próprias lentes. Mensurar o envolvimento político de cidadãos mais novos com base em quem assiste uma audiência pública ou lê um projeto de lei pelo jornal, não irá considerar as novas ferramentas de interação que englobam a vida dos jovens.

Os jovens atribuem menos credibilidade às instituições políticas tradicionais e estendem o espectro de ação a outras formas de participação não

convencionais de participação: eles tendem optar por formas de participação mais individuais, expressivas e, ao mesmo tempo, menos institucionalizadas e hierarquizadas (FERREIRA, 2021, p.42).

No segundo paradigma de Bennett (2008), é traduzido o conceito de “desengajamento juvenil”, o qual aborda o afastamento das gerações atuais com as formas tradicionais de envolvimento político, pois assim como defendido por Gohn (2018), a burocratização excessiva não se adapta ao estilo de vida da juventude contemporânea, que é marcado pela praticidade e espontaneidade de suas ações. O próprio Movimento Passe Livre, citado pela autora, teve sua comunicação feita pelo Facebook, diretamente com os militantes, alegou Lucas Oliveira, ex-integrante do MPL, segundo Pereira, Anjos e Xavier (2022).

Hoje uma reunião de negócios pode ser feita com uma troca de mensagens, um show de um artista renomado pode ser realizado dentro de um videogame, assim como a escolha de um candidato político pode ser expressa em um *tweet*. E o que isso quer dizer? Que a importância do estudo da internet como ferramenta de socialização política supera os debates sobre seu potencial construtivo ou destrutivo. Seus impactos requerem análises, sejam estes positivos ou negativos.

A internet posiciona o indivíduo simultaneamente numa posição de absorção passiva de informações, e de criador e emissor de conteúdos, criando a possibilidade, como explica Gomes (2005), de que o cidadão produza informações políticas para consumo próprio, e para pautar suas decisões eleitorais.

A democracia digital se apresenta como uma alternativa para a implantação de uma nova experiência democrática fundada numa nova noção de democracia. O que a democracia digital como experiência deve assegurar é a participação do público nos processos de produção da decisão política (GOMES, 2005, p. 218).

Porém, apesar da premissa positiva e encantadora da internet como uma nova experiência, que carrega o indivíduo para cada vez mais perto da esfera política, vale ressaltar que como já abordado anteriormente, apenas o acesso ao ambiente on-line não garante melhorias no debate democrático, considerando que a abundância de conteúdos digitais exige também que o usuário saiba interpretar as informações, de forma que estas possam ser aplicadas no seu dia a dia. Gomes (2005), afirma que as vantagens trazidas pela internet não necessariamente vão gerar discussões justas, relevantes e igualitárias, citando as ferramentas digitais como meros recursos, que

guardam grande potencial de inovação para a comunicação política, porém desde que tenhamos uma cultura e um sistema político que fomente suas possibilidades.

Por fim, a informação on-line é em princípio disponível para todos aparelhados para tanto, mas não é fácil ter acesso e gerenciar vastos volumes de informação. Organizar, identificar e encontrar informação é uma tarefa que requer habilidades e tempo, que muitos não possuem. Em suma, o acesso à informação política não nos torna automaticamente cidadãos mais informados e mais ativos. Em outros termos, quem pode ter acesso à informação on-line, pode gerenciá-la e, eventualmente, pode produzi-la, está equipado com ferramentas adicionais para ser um cidadão mais ativo e um participante da esfera pública. Por outro lado, tecnologias tornam a participação na esfera política mais confortável e acessível, mas não a garantem (GOMES, 2005, p. 221).

Com isso, devemos considerar também as desvantagens do uso da internet como meio de consumo de informação, as quais incluem a restrição da esfera pública apenas aqueles com acesso e domínio das ferramentas digitais. Tal cenário pode corroborar para a individualização do debate político, tópico que será abordado no próximo intertítulo.

3.5 A INDIVIDUALIZAÇÃO DO DEBATE POLÍTICO NO AMBIENTE ON-LINE

O termo “digital divide”, discutido por Gomes (2016), se refere a existência das desigualdades em qualquer perspectiva de democratização. A individualização do debate político alimenta a formação das bolhas de interação, também conhecidas como *echo chambers*, abordadas por Dourado e Gomes (2019), que são definidas pelo isolamento dos indivíduos em bolhas de conteúdos e pessoas que dialogam apenas em concordância, eliminando a discussão e o contato com indivíduos de posicionamentos contrários. Silva, Braguatto, Sampaio (2016), vão nomear isso como bolhas ideológicas, as quais diminuem os conflitos e facilitam a manutenção dos usuários nas redes. Tudo isso cria um ambiente favorável para que os indivíduos expressem suas opiniões, e legitimem conteúdos de outros usuários que estão em consonância com suas crenças. Mas falar para públicos apenas do seu meio social é de fato dialogar ou é apenas uma maneira de reafirmar as próprias condutas?

No meio político há o termo “pregar para convertidos”, que consiste no fenômeno de se relacionar, ou investir apenas em indivíduos que já concordam com você, não havendo convencimento de mudança, e sim reforço de disposições já

existentes. Mendonça e Gonçalves (2019), vão utilizar o termo *realismo naïve*² para descrever a condição dos cidadãos que tendem a visualizar suas opiniões como verdadeiras e inquestionáveis, enquanto a dos outros são vistas como irracionais e enviesadas.

E por que se torna relevante abordar tais tópicos quando falamos de interesse jovem por política? Como apontado por Morais e Bernardi (2021), os jovens tendem a preservar e encorajar diálogos políticos apenas entre amigos e colegas próximos, o que individualiza debates que fomentam o funcionamento da esfera pública. Ao nos digitalizarmos cada vez mais, como explica o conceito de plataformização, nós reduzimos a presença física em ambientes de interação. Não é mais necessário sair de casa para conhecer pessoas e fazer amigos. Os aplicativos de namoro possibilitam que o indivíduo só “dê a cara a tapa” em um encontro após filtrar e mesclar suas características com a de um possível *match*. Assim como você não é obrigado a ver publicações de um político que não goste, podendo inclusive bloquear seu perfil.

Tudo isso corrobora para um cenário de individualização, em que só conhecemos novas pessoas, lugares e até mesmo eventos que sustentem nossas mesmas bandeiras. Para Roudet (2004) apud Ferreira (2021), a relação dos jovens com a política pode ser explicada sob a lente da individualização, o que dialoga com a premissa de Gohn (2018), na qual define as novas mobilizações sociais da juventude como autonomistas.

A onda dos “novos movimentos sociais”, iniciada no século passado organizada em torno de questões de gênero, etnia, faixa etária, ou questões ambientais, etc– ampliou-se e, hoje, essas questões também adentraram as escolas com as temáticas de gênero, etnia, nacionalidade, religiões, portadores de necessidades especiais, meio ambiente, qualidade de vida, segurança pública, paz, direitos humanos, direitos culturais, etc. Mas essa ampliação se deu sob a inspiração de outros paradigmas: a do moderno, da emancipação do indivíduo e não mais do grupo. Autonomia para autodefinir a que grupo sexual pertence, por exemplo. E esse tipo de repertório leva não apenas a demandas por novas políticas públicas. Leva também a lutas e tensões entre os grupos e movimentos organizados da sociedade, portadores de referências político-ideológicas distintas (GOHN, 2018, p. 130).

Com isso, podemos entender que a juventude clama por representantes que de fato as represente no poder. Há uma demanda por autodeclaração e

² O conceito remete a uma interpretação ingênua da realidade, a qual se basearia em sentimentos e impressões próprias, e não em fatos.

autoconhecimento, em que os jovens buscam se descobrir e se posicionar na sociedade de formas distintas, remando contra as marés dos movimentos sociais convencionais, que atuavam de forma unificada e com comandos centralizados, como aborda Gohn (2018).

3.6 INFORMAÇÃO SOBRE POLÍTICA NO AMBIENTE DIGITAL E SEUS RISCOS

Como mencionado nos tópicos acima, as ferramentas digitais e suas oportunidades não significam uma revolução democrática que trará apenas benefícios para todos, pois devemos considerar que “nem toda informação política na internet é democrática, liberal ou promove democracia” (GOMES, p. 221, 2005).

Devemos salientar que os riscos da individualização do debate público e da ampliação das bolhas ideológicas, também englobam os fenômenos da radicalização dos discursos e das *fake news* políticas. Dourado e Gomes (2019), afirmam que informações falsas além de impactarem o debate público, também atuam como uma forma de estratégia em batalhas ideológicas com cunho político. Ou seja, conteúdos falsos são disseminados de forma não aleatória, mas calculada para contrapor as informações divulgadas por canais tradicionais de jornalismo.

A internet permite que o cidadão receba e consuma quantidades exorbitantes de informações diariamente, de forma que se cria um cenário em que a função de *gatekeeper*³, que define a agenda pública filtrando as notícias, e que segundo Santos Júnior Alves (2021), era controlada pelas elites midiáticas e políticas, possa ser incorporada por qualquer um.

Ou seja, Dourado e Gomes (2019), demonstram que as *fake news* atuam com uma dupla contratação, pois podem tanto inverter e reescrever os fatos, como camuflar as narrativas originais, e tudo isso se torna possível pelas características do ambiente digital de possibilitar que o conteúdo obtenha grande alcance, seja facilmente disseminado e produzido, e que seja exposto de forma inadvertida, pois diferente de uma matéria de jornal que o indivíduo paga para ler e escolhe o emissor de sua preferência, uma informação falsa pode ser enviada sem nenhum custo e sem necessidade de autorização do receptor, por um aplicativo de mensagem.

³ A tradução da palavra *gatekeeper* significa porteiro, porém, no jornalismo o termo se refere a quem define a agenda de notícias.

Tudo isso corrobora para a criação de um contexto chamado de guerrilha informativa ou crise epistêmica, em que as informações aparecem por tantos meios e por tantos emissores que os cidadãos não sabem no que acreditar.

As *fake news* devem ser entendidas como sintomas e como parte especial de um fenômeno, que começa com o ataque sistemático à credibilidade das instituições “credenciadas” para determinar o que é verdadeiro e que aconteceu de fato e termina com a admissão de uma epistemologia tribal de que verdade e falsidade são relativas aos interesses da nossa tribo (DOURADO; GOMES, 2019, p. 24).

Com essa citação, podemos interpretar o fenômeno citado por Mendonça e Gonçalves (2019), de *realismo naïve*, pois demonstra que em momentos de crise de confiança nas instituições tradicionais, passa a importar mais quem fala mais alto, do que o que se é falado. Ou seja, os autores argumentam que os transmissores de informação podem ignorar a veracidade de um conteúdo, desde que este beneficie seu partido ou candidato, e a isso se dá o nome de *weaponization*, que consiste em transformar informações em armas, de forma a utilizar relatos e conteúdos como ataque aos seus concorrentes.

4. METODOLOGIA

A pesquisa aqui desenvolvida tem como objetivo geral analisar o interesse e envolvimento sobre temas da esfera política, dos estudantes com matrícula ativa na Universidade Federal do Paraná, com idades entre 18 a 28 anos. Os objetivos específicos são: a) mensurar o interesse o dos jovens pela política, b) verificar as motivações e desmotivações da relação do jovem com a política; c) verificar as principais formas de consumo de informação sobre política.

A hipótese perseguida argumenta que os jovens universitários não são desinteressados por temas da esfera política, mas sim pelas formas de participações políticas convencionais. Como tópicos de temas políticos escolhemos as categorias: processos eleitorais, inclinações partidárias e ativismos políticos. Para isso, o método a ser utilizado será o de aplicação de grupo focal como técnica exploratória, que irá culminar na aplicação de um questionário.

4.1 GRUPO FOCAL COMO ESTRATÉGIA DE PESQUISA

O grupo focal é uma técnica de pesquisa qualitativa para conhecer as percepções do público sobre determinado assunto, porém com uma amostra limitada de pessoas, pois analisará de forma individual cada resposta. Com isso, se torna possível evitar o alertado por Gunther (2003), de que os respondentes podem não querer admitir dificuldades perante os temas, e ao realizarmos uma análise mais íntima com um grupo que se enquadra dentro da amostragem foco, como forma de técnica exploratória, podemos premeditar possíveis dúvidas e dificuldades que serão encontradas, e com isso aperfeiçoar o questionário, de forma a tornar a experiência mais *user friendly*⁴.

Gatti (2005), cita o focal como uma forma de compreender divergências e contraposições, que pode ser empregada nas fases preliminares da pesquisa, o que dialoga com um dos objetivos propostos neste projeto, que consiste em comparar as respostas dos estudantes conforme seus cursos, buscando visualizar suas diferenças, e também será realizado como pontapé da fase de coleta de dados. Além disso, o método, segundo a autora, possibilita o desenvolvimento de teorizações, ou seja, com base nas respostas de uma quantidade limitada e pequena de respondentes,

⁴ Termo cunhado para definir conteúdos com boa usabilidade.

é possível levantar hipóteses que serão posteriormente confirmadas ou rejeitadas ao levarmos os questionamentos para uma amostra maior.

Gatti (2005), define a técnica de grupo focal como uma derivação dos trabalhos grupais, que funcionará desde que a amostra escolhida tenha características em comum, e estas sejam relevantes para a discussão do problema da pesquisa. Para que esta funcione, é necessário manter o princípio da não diretividade, afirma a autora, pois é preciso que os convidados se sintam à vontade para expor suas opiniões sinceras, reduzindo os vieses. Para colocar em prática essa metodologia se faz necessária a presença de um moderador, o qual atuará como ponto de mediação do bate papo, sendo responsável por apresentar a si mesmo, os convidados, a forma como o encontro se realizará, e também os possíveis relatores, que são os responsáveis por catalogar as respostas para análise posterior.

O moderador deverá assumir uma postura de não interferência e emissão de opinião, pois a simples forma como uma pergunta é realizada pode levar os respondentes a crerem que há uma única resposta certa, percepção que deslegitima todo o processo do focal. Como por exemplo, ao perguntar “você não acredita que o voto eleitoral realmente gera mudanças, né?”, automaticamente o emissor está imbuindo juízo de valor na questão, a qual já faz uma indicação de resposta, fato que pressiona o receptor a se manter na resposta esperada.

O grupo focal permite fazer emergir uma multiplicidade de pontos de vistas e processos emocionais, pelo próprio contexto de interação criado, permitindo a captação de significados que, com outros meios poderiam ser difíceis de se manifestar. Comparado à observação, um grupo focal permite ao pesquisador conseguir boa quantidade de informação em um período de tempo mais curto (GATTI, 2005, p. 9).

A autora também compara os métodos de grupo focal e de questionário, argumentando que no primeiro é possível se obter respostas mais amplas e completas, e inclusive compreender a lógica pela qual os respondentes formulam suas respostas. Considerando isso, ao propormos a realização de ambas metodologias, somamos suas eficácias, pois o grupo focal realizado com uma quantidade limitada da amostra proposta, irá atuar como uma forma de filtro para formularmos as questões e as possibilidades de respostas, de forma consensual com os posicionamentos do público alvo, se afastando de questionamentos que se enquadrem como irrelevantes ou distantes do cotidiano dos analisados.

Para organizar a realização de um grupo focal, inicialmente se estabelecem as questões, as quais devem prezar por serem claras, concisas e que fujam possíveis ambiguidades, e com isso montar um roteiro, o qual como frisa Gatti (2005) deve ser flexível, pois o objetivo perseguido é de se obter respostas completas. Após estabelecer as questões que guiarão a discussão, se procura possíveis convidados a partir de alguns critérios. “Deve ter uma composição que se baseie em algumas características homogêneas dos participantes, mas com suficiente variação entre eles para que apareçam opiniões diferentes ou divergentes” (GATTI, 2005, p.18).

Considerando isso, pretendemos selecionar indivíduos que se relacionem na idade, condição de estudar na UFPR, e de residir em Curitiba atualmente. Dessa forma, não restringimos os cursos, nem o gênero ou condição socioeconômica, criando variáveis que servirão como forma de comparação ao presumir que isso resultará em argumentações divergentes.

A adesão dos convidados deve ser voluntária, e estes não devem ser informados plenamente sobre o desenvolvimento da pesquisa, para que não sejam viesados a responder coisas que acreditem que dialogam com os objetivos perseguidos (GATTI, 2005).

A realização do encontro pode ser feita de forma virtual, levando em conta que isso favorece a aceitação do convite, pois extingue a necessidade dos custos e do tempo que envolve a locomoção a um evento presencial. Com isso, propomos a utilização da plataforma Microsoft Teams, como sendo de uso oficial pela UFPR e seus estudantes, e por esta possibilitar o agendamento de uma reunião on-line, disponibilizando o link de acesso de forma prévia, e principalmente por ter a ferramenta gratuita de gravação do encontro, que é de suma importância para posterior análise do material. Todos os presentes do encontro serão informados sobre a gravação do debate, o qual assumirá o compromisso de ser utilizado apenas para fins acadêmicos. A possibilidade de registrar o encontro, diminui o requerimento de relatores, podendo ter no máximo um. Porém, a escolha do moderador segue sendo de suma importância, por isso Gatti (2005) afirma que pode ser o próprio pesquisador, considerando a necessidade de se manter fiel aos rumos da pesquisa.

Deve se estabelecer um clima confortável e uma relação de confiança com os respondentes, mas isso não significa que a conversa possa tomar caminhos que sejam irrelevantes para o trabalho, ou seja, é função do moderador de conduzir o grupo de forma que estes se sintam seguros para se expressar, mas que estejam

sempre cientes do tema pesquisado, o que engloba a possibilidade de se repetir as perguntas, e de se explicar conceitos, desde que de forma cautelosa para que não seja compreendida a opinião do moderador, pois este não deve impactar nas respostas. Outra responsabilidade importante do condutor do encontro, é a de não deixar que a opinião de algum membro mais propenso a falar se sobressaia, de forma que possa influenciar nas respostas dos outros, assim como evitar que as respostas sejam monossilábicas, ou que os silêncios causem desconforto.

Ao passo que a discussão for se aproximando do fim, Gatti (2005) recomenda que o condutor informe os participantes, para que assim estes formem suas respostas de forma mais conclusiva. Também é viável solicitar *feedbacks* do grupo após a finalização do encontro.

Para que o método funcione, os dados obtidos na realização do grupo focal devem ser analisados e mensurados. Gatti (2005), argumenta que para isso é preciso inicialmente que sejam organizadas as anotações dos relatores e do moderador, pois a autora afirma que quando o método não é utilizado como metodologia principal, e sim como técnica exploratória para delineamento de um questionário, como é o caso aqui escolhido, a análise deve focar aos objetivos do posterior questionário. Porém, ela nos alerta que a capacidade de busca de significados dos dados obtidos também depende da formação e da criatividade do pesquisador, não tendo uma única via de interpretação, por isso é preferível estudar a fundo o material considerando a importância das expressões das falas, e os agrupamentos de opiniões.

A escolha das categorias de codificação das respostas, visará compreender as percepções da amostra perante temas que circundam a esfera política, tal qual o objetivo da pesquisa, para que dessa forma se tenha um mapeamento prévio das visões de uma parte do público alvo, que servirá como guia para a formulação das questões que englobarão o questionário final, o qual será aplicado para uma amostra maior, em um período de tempo mais longo.

4.2 QUESTIONÁRIO COMO ESTRATÉGIA DE PESQUISA

Gunther (2003) afirma que há três opções de método para pesquisas empíricas nas ciências sociais: a observação, o experimento e o levantamento de dados. O terceiro método, *survey* ou questionário, permite “perguntar às pessoas sobre o que fazem (fizeram) e pensam (pensaram)”, de forma que “assegura melhor

representatividade e permite generalização para uma população mais ampla" (GUNTHER, p. 1, 2003).

Definido como "um conjunto de perguntas sobre um determinado tópico que não testa a habilidade do respondente, mas mede sua opinião, seus interesses, aspectos de personalidade e informação biográfica" (YAREMKO; HARARI; HARRISON; LYNN, 1986, apud GUNTHER, 2003, p.2). Com isso, podemos afirmar que tal metodologia de pesquisa irá se basear nas opiniões e crenças emitidas por seus respondentes que fazem parte de um público alvo, que serão a amostra, já estabelecido, com base em critérios e teorias que já abordamos na fase de discussão teórica do trabalho.

Gunther (2003), afirma que é o objetivo do estudo que determina as perguntas a serem realizadas, e é com base nisso que propomos a prévia realização do grupo focal, que tornará propício trazermos questionamentos específicos, e de fácil assimilação, fugindo aos rebuscamentos de conceitos burocráticos.

O método da aplicação de questionários, se dá a partir da elaboração de um formulário virtual, criado com auxílio da ferramenta *Google Forms*, considerando o já domínio da aplicação, a facilidade de acesso, e a possibilidade de recolher um número ilimitado de respostas, além da fácil divulgação que pode ser feita com a criação de um link próprio, e enviado nos aplicativos de mensagens.

Prezamos pela formulação de respostas objetivas, considerando que assim enquadramos o respondente apenas a uma gama pré-estabelecida de respostas, impossibilitando que este fuja do tópico, e também facilitando nossa interpretação e comparação de respostas. Ao optar por respostas fechadas generalizamos mais os posicionamentos, porém tornamos viável a elaboração de gráficos e tabelas que serão posteriormente analisados minuciosamente, e colocados à luz dos conceitos teóricos acerca dos temas.

O questionário foi dividido em quatro blocos, sendo respectivamente: conhecimento e participação política, atuação e compreensão da esfera política, consumo de informação sobre política e características socioeconômicas.⁵ Ressalto que a disposição das perguntas socioeconômicas no final do *survey* foi feita com base na argumentação de Gunther (2003), de que quando o respondente já é inicialmente

⁵ O questionário completo se encontra no Apêndice 1.

obrigado a responder perguntas pessoais, este pode supor que suas características particulares vão influenciar nas respostas seguintes, enviesando a pesquisa.

O primeiro bloco conta com três perguntas, abordando as possíveis formas de participação política que os jovens realizam, e o envolvimento e interesse que possuem pela esfera política. Já no segundo bloco, questionamos se o respondente votou nas últimas eleições municipais e presidenciais, qual sua inclinação partidária, e quais os fatores o motivam e desmotivam a participar da atividade política. O terceiro bloco possui quatro perguntas, que visam descobrir quais os meios de comunicação utilizados pelos respondentes para se informar sobre política, se estes recebem informações de viés político pelo aplicativo de mensagens WhatsApp, se estes acompanham os candidatos em que votaram e, se sim, de que forma realizam esse acompanhamento. E por fim, tem-se o tópico socioeconômico com seis questões que perguntam a idade do respondente, seu setor dentro da UFPR, qual seu curso, qual sua renda familiar bruta, qual o nível de escolaridade de seus responsáveis, e a categoria da instituição de ensino frequentada antes de adentrar a Universidade, a qual pode variar entre privada, federal, municipal ou estadual. Com isso, buscamos averiguar, dentre outros pontos, as afirmações levantadas por Fuks (2011), o qual posiciona a escolaridade dos responsáveis como fator decisivo na propensão de participação política dos filhos.

Não podemos esquecer a necessidade de se estabelecer relação com a amostra, para que esta sinta-se motivada a participar, e preze pelo funcionamento pleno da pesquisa. Para isso, se torna essencial estabelecer confiança entre pesquisador e respondente, o que pode se sustentar com o princípio de colaboração para com outros estudantes, de forma que a proximidade com o público alvo, seja no quesito idade, ou por frequentar a mesma instituição de ensino, seja valorizada, pois “é vantajoso manter contato prévio com os membros da amostra” (GUNTHER, p.5, 2003). Também considerando o benefício de fazer o pesquisado se sentir seguro e dedicado a responder, as questões estarão dispostas em vocabulários simplificados, porém sem uso de gírias ou conteúdos que valorizem a esfera jovem.

Para fomentar a circulação da pesquisa, foram realizadas divulgações por grupos de WhatsApp de estudantes, por perfis dos Centros Acadêmicos (CAs) dos setores, por envio de e-mail com auxílio do *mailing* da coordenação de comunicação, e também com ajuda dos perfis da UFPR oficial e do setor Palotina no Instagram, que somam mais de 150 mil seguidores, e do Setor de Ciências Biológicas. Vale ressaltar

os perfis dos CAs que colaboraram com a divulgação, viabilizando a aplicação da pesquisa, sendo eles: CA de Agronomia Lycio Vellozo (CAALV), CA de Ciência da Computação Alexandre Direne (CAAD), CA de Química (CAQUI), CA de Engenharia de Bioprocessos e Biotecnologia (CAEBB), CA de Terapia Ocupacional (CATO), CA de Educação Física (CAEF), CA de Administração Pública (CAAP), e CA de Comunicação Social (CACOS). Também tivemos a colaboração do perfil da Diretoria de Desenvolvimento e Integração dos Campi Avançados da UFPR (INTEGRA), e do perfil da Biblioteca do setor Litoral. Também enfatizo a colaboração dos professores do setor de Artes, Comunicação e Design, que contribuíram divulgando a pesquisa com seus alunos, sendo eles: Prof. Dra. Juliana Barbosa, Prof. Dra. Cora Catalina, Prof. Dra. Luciana Panke, e Prof. Dr. José Carlos Fernandes.

Vale salientar que houveram empecilhos nas tentativas de divulgação do questionário, como a negativa de auxílio de cursos que entenderam a pesquisa como não relevante para os estudantes, a falta de respostas de perfis oficiais dos setores, como foi o caso do perfil da UFPR Litoral.

5. ANÁLISE DE DADOS

A seguir será apresentada a análise dos dados obtidos com a pesquisa, a qual estará dividida em seis partes, sendo o relato da etapa exploratória de pesquisa, a delimitação do perfil do estudante, as formas de participação e o interesse dos jovens por política, as motivações e desmotivações acerca do tema, o consumo de informações sobre política, e o cruzamento das áreas e cursos, que visa identificar padrões entre os estudantes e seus setores.

O questionário que foi utilizado como metodologia principal, se manteve aberto por 24 dias corridos, entre os dias 04/05/2023 até o dia 28/05/2023, obtendo um total de 384 respostas. Tal número é considerado baixo se levarmos em conta a quantidade total de alunos da instituição, que ultrapassa vinte mil estudantes, e também é preciso afirmar que não foi realizada uma estratificação por setor, a qual poderia viabilizar as porcentagens de respondentes com base no número total de alunos do setor. Isso corrobora para que a pesquisa tenha limitações que podem ocasionar generalizações, porém, está nos permite perceber algumas nuances que poderão servir de base para pesquisas futuras feitas de forma mais sistematizada em termos de amostragem.

Vale ressaltar que inicialmente o recorte etário proposto para o público alvo era de 18 a 28 anos, porém ao decorrer da pesquisa foi percebido que haviam respondentes com idades entre 29 e 56 anos, e também respondentes com 17 anos, o que nos fez repensar o número inicial estabelecido, considerando que os alunos que são aprovados logo após o término do ensino médio, irão adentrar o Ensino Superior com menos de 18 anos, e, também, levando em conta as políticas de inclusão da UFPR, como o projeto de extensão Universidade Aberta da Maturidade (UAM), que tem como objetivo valorizar os públicos com maior idade. Portanto, as respostas dos estudantes com menos de 18, ou mais de 28 anos, também serão contabilizadas, pois entendemos que são de igual importância, e valiosas para o resultado do trabalho.

5.1 RESULTADO DO GRUPO FOCAL

Utilizado como ferramenta para a etapa exploratória da pesquisa, o grupo focal foi realizado no dia 15 de abril de 2023, de forma on-line, pela plataforma *Microsoft*

Teams, e contou com a participação de quatro estudantes, sendo duas mulheres cis⁶ de 22 anos do setor de Artes, Comunicação e Design, uma mulher cis de 24 anos do setor de Ciências da Terra, e um homem cis de 22 anos do setor de Ciências Sociais Aplicadas. Houve a ausência de uma convidada do setor de Ciências Jurídicas. A reunião foi gravada, com autorização dos participantes, e teve duração de 32 minutos.

Como argumentado no tópico 4.1, a utilização do grupo focal teve como objetivo testar a aplicação das perguntas do questionário, porém de forma aberta, com a possibilidade de obter uma gama de respostas mais ampla e complexa, e tentar antecipar possíveis dúvidas que poderiam surgir na etapa da aplicação geral. Com isso, foi possível entender a forma de interpretação dos estudantes e, inclusive, obter novas ideias de perguntas e respostas.

O resultado do método gerou mudanças significativas na formulação do questionário, como a divisão da pergunta sobre o interesse e envolvimento em duas, pois com o grupo focal foi percebido que os estudantes poderiam possuir interesse nos temas políticos, porém não reverter esse interesse em participação, aderindo a um posicionamento mais passivo, de consumir informações, mas não agir em prol de mudanças. Outra questão que foi modificada com a adesão de novas possibilidades, foi a que questionamos quais os motivos que geram a desmotivação de participar da política, pois no focal tivemos a alegação de que o sensacionalismo midiático atrapalha a interpretação e a habilidade de reconhecer o que é realmente importante quando se fala de política. Da mesma forma, tivemos a justificativa de que a política é vista apenas como uma arena de disputa de atenção, que não prioriza o cidadão.

Portanto, a realização do grupo focal foi de suma importância para a revisão e adaptação do questionário final, confirmando também que o estabelecimento de perguntas objetivas com opções de respostas já estabelecidas auxilia o respondente a interpretar a questão, diminuindo possibilidades de erros de compreensão, e incentivando o indivíduo a responder, pois este não precisará formular por extenso a própria resposta.

⁶ O termo cis deriva da palavra cisgênero, que se refere a indivíduos em que a identidade de gênero corresponde ao gênero atribuído em seu nascimento.

5.2 PERFIL DO ESTUDANTE UNIVERSITÁRIO DA UFPR

O último bloco de perguntas do questionário sobre as características socioeconômicas, tornou possível a elaboração de um perfilamento dos estudantes da UFPR. Iniciando com os índices de idade dos respondentes, na tabela abaixo podemos conferir as porcentagens obtidas.

TABELA 1: IDADE DOS RESPONDENTES⁷

IDADE	TOTAL DE RESPONDENTES	%
17	25	6,5%
18	46	12%
19	42	10,9%
20	51	13,3%
21	41	10,7%
22	42	10,9%
23	36	9,4%
24	15	3,9%
25	19	4,9%
26	6	1,6%
27	11	2,9%
28	12	3,1%
29	6	1,6%
30	7	1,8%
32	8	2,1%
33	4	1%
ACIMA DE 33	7	2,1%

FONTE: A autora (2023)

A tabela 1 nos mostra que a idade predominante entre os respondentes é de 20 anos, com 13,3% do total. Em segundo lugar ficam os com 18 anos, com 12%, seguidos por 19 e 22 anos, que empatam no 10,9%. Isso nos mostra que apesar de haver estudantes com idades superiores aos 28 anos, estes somam apenas 8,3% do total, enquanto o público da faixa dos 18 aos 24 anos corresponde a 71% da amostra. Portanto, no geral, os estudantes da UFPR se enquadram no grupo inicialmente pensado para a pesquisa.

Na tabela 2, evidenciamos a porcentagem que cada setor da UFPR aparece, sendo o líder do ranking o setor de Artes, Comunicação e Design, com 17,7% do total, em virtude da proximidade com a coordenação do curso, com os professores do setor

⁷ A porcentagem total corresponde a 98,4%, pois 1,6% dos respondentes preencheu a questão incorretamente.

e, também, com os estudantes, considerando que é o campus em que a pesquisadora estuda. Os setores de Ciências Jurídicas, Exatas e Biológicas, ocupam respectivamente o segundo (14,8%), terceiro (11,2%) e quarto lugar (10,2%), englobando as três grandes áreas de ensino. As menores adesões de respostas se deram no âmbito dos cursos de Educação Profissional e Tecnológica, e nos setores que se localizam nas cidades de Palotina e Matinhos, considerando a dificuldade de contato com estudantes e coordenadores desses câmpus, que pudessem auxiliar na divulgação e circulação da pesquisa.

TABELA 2 – SETORES DA UFPR DOS RESPONDENTES

SETOR	%
Artes, Comunicação e Design	17,7%
Ciências Jurídicas	14,8%
Ciências Exatas	11,2%
Ciências Biológicas	10,2%
Ciências da Saúde	9,6%
Ciências Sociais Aplicadas	7%
Tecnologia	6,5%
Ciências Agrárias	6,5%
Ciências Humanas	6%
Ciências da Terra	3,9%
Litoral – Matinhos	2,9%
Palotina	2,6%
Educação Profissional e Tecnológica	1%

FONTE: A autora (2023)

Agora, partindo para a pergunta sobre a renda familiar bruta dos responsáveis e dos estudantes, o gráfico 1 nos mostra que 40% dos estudantes respondentes sobrevive com entre 1 a 5 salários mínimos de renda familiar. Em segundo lugar se encontram aqueles que possuem entre 5 e 10 salários mínimos, com 26% do total. 6% da amostra não soube responder a renda familiar bruta. Era possível marcar mais de uma alternativa nessa questão.

GRÁFICO 1 – RENDA FAMILIAR BRUTA



FONTE: A autora (2023)

Como forma de verificar o argumento de Mitozo e Massuchin (2020), de que a escolaridade influencia mais na participação política do indivíduo do que sua renda, e cruzando com o proposto por Fuks (2011), de que o engajamento político dos pais é determinante no processo de socialização política dos filhos, na tabela 3 trazemos os níveis de escolaridade dos pais ou responsáveis, como forma de tentar averiguar se ao elevarmos o nível de ensino dos responsáveis, estamos também elevando o nível de envolvimento de participação dos filhos na esfera política.

A indicação de resposta possibilitava ao respondente marcar até duas alternativas, como forma de preencher com base na formação de mais de um responsável. Ao analisarmos a tabela 3 abaixo, fica evidente que quase 50% dos responsáveis possui ensino superior, seja completo ou incompleto. Porém, com uma diferença de apenas 33 respostas a menos, se encontram aqueles com ensino médio completo ou incompleto.

TABELA 3 – NÍVEL DE ESCOLARIDADE DOS RESPONSÁVEIS

NÍVEL DE ESCOLARIDADE	%
Ensino superior completo ou incompleto	49%
Ensino médio completo ou incompleto	40,4%
Pós graduação ou título superior	23,7%
Ensino fundamental completo ou incompleto	18%

FONTE: A autora (2023)

É importante ressaltar que 91 estudantes marcaram ter algum dos responsáveis com pós-graduação, sendo 23% do total de respondentes, número consideravelmente alto, ao olharmos para os dados da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) de 2021, que demonstram que menos de 1% da população brasileira possui título de pós graduação. Na sequência, após conhecer

o perfil dos respondentes, a abordagem refere-se à participação e interesse por política.

5.3 PARTICIPAÇÃO E INTERESSE POR POLÍTICA

Para analisar a participação e o interesse dos estudantes por temas da esfera política, foram realizadas seis perguntas dentro do questionário, a primeira perguntou quais formas de participação política o respondente pratica ou já praticou. Os dados se encontram na tabela 4, abaixo.

TABELA 4 – FORMAS DE PARTICIPAÇÃO POLÍTICA

FORMAS DE PARTICIPAÇÃO	%
Votar nas eleições municipais ou presidenciais	92,4%
Dialogar com amigos sobre o cenário político nacional	83,6%
Acompanhar notícias em veículos de comunicação que falam sobre política (ex: Folha de S. Paulo, G1 etc)	82,3%
Participar de abaixo assinado, virtual ou físico, em prol de causas sociais	79,9%
Dialogar com familiares sobre o cenário político nacional	79,2%
Compartilhar conteúdos sobre política e/ ou candidatos	63,5%
Acompanhar atores políticos nas redes sociais (ex: vereadores, governadores etc)	60,7%
Ler livros, jornais, revistas ou trabalhos acadêmicos que falem sobre temas políticos	54,4%
Interagir com perfis de veículos de comunicação, instituições políticas e/ ou atores políticos nas redes sociais (ex: votar em enquetes, curtir, comentar ou publicações sobre temas políticos)	51%
Acompanhar audiências públicas de forma on-line ou presencial	25%
Participar de consultas públicas	25%
Participar de Conselhos Municipais (Ex: Saúde, Educação etc)	7%

FONTE: A autora (2023)

Foram elencadas 12 possíveis formas de participação política, das quais o respondente poderia marcar mais de uma alternativa, o que justifica o total de respostas ultrapassar os 100%. O item mais marcado foi votar nas eleições municipais ou presidenciais, marcado por 355 estudantes, ou seja, 92,4% da amostra alegou exercer seu direito de voto, dado importante se considerarmos que a pesquisa do TSE (2017) demonstrou que o voto como ferramenta democrática vêm sendo vítima de desconfiança entre a população, que passa a vê-lo como ineficaz, o que coloca em risco o funcionamento do sistema democrático. Esse resultado confirma o alegado por Ferreira (2021), de que alunos de Ensino Superior estão propensos a um maior envolvimento político.

Em segundo lugar está o diálogo com amigos sobre o cenário político atual, com 83,6%, tópico muito importante que revela que o cenário acadêmico é um facilitador do diálogo sobre temas políticos, se considerarmos que parte majoritária de seus frequentadores, segundo a amostra, tem o hábito do diálogo. Moraes e Bernardi (2021) afirmam que os jovens têm a tendência de encorajarem debates sobre política apenas entre amigos e colegas próximos. Porém, se analisarmos a tabela 4 podemos notar que o diálogo sobre o cenário político atual entre familiares obteve apenas 17 marcações a menos que entre amigos, o que demonstra que os estudantes também estão promovendo os debates políticos em suas casas, fugindo da individualização relatada pelas autoras.

Com 82,3%, a opção acompanhar notícias em veículos de comunicação que falam sobre política, como o G1 ou a Folha de São Paulo, também ocupa o pódio de alternativas mais marcadas. Este fato é importante para a análise que se dará no tópico 5.5 sobre o consumo de informação dos jovens, visto que fica claro a valorização e hábito de se informar por canais convencionais de comunicação.

As opções participar de Conselhos Municipais, acompanhar audiências públicas, e participar de consultas públicas, foram as menos marcadas pelos respondentes, dado relevante para a verificação da hipótese levantada no trabalho, de que os jovens estudantes não são desinteressados por política, mas sim por suas formas de atuação mais convencionais, pois tais opções englobam formas de participação mais institucionalizadas. Tal resultado corrobora com a afirmação de Mitozo e Massuchin (2020), que declaram que os indivíduos com diploma de ensino superior se engajam mais com ações políticas menos institucionais. As autoras apontam como exemplo de ação menos institucional, a utilização das redes sociais para se manifestar politicamente, outro ponto comprovado ao analisarmos a tabela 4, visto que a opção compartilhar conteúdos sobre política e candidatos obteve 63,5%, assim como a alternativa sobre participar de abaixo assinado em prol de causas sociais, que também é considerada uma forma de participação menos institucional, recebeu 307 marcações, totalizando 79,9% da amostra. Ou seja, fica evidente o maior envolvimento dos jovens quando se fala em formas mais dinâmicas de fazer política, da mesma forma que há uma abstenção de interesse quando as opções se tornam mais engessadas e formais. Todavia, não podemos desconsiderar que a diminuição de interesse quando falamos em participações que exigem mais do cidadão, também está associada ao conceito de ativismo de sofá, termo utilizado para descrever

mobilizações que adquirem apoio e visibilidade midiática, porém que ficam restritas ao ambiente on-line, e não geram mudanças reais (KLANG; MADISON, 2016). Como por exemplo, é relevante compartilhar conteúdos sobre educação, porém se houver uma audiência pública para discutir o tema e ninguém participar, o compartilhamento do assunto terá sua eficácia reduzida.

É importante ressaltar que a opção que indicava não praticar ou participar de nenhuma das formas de atuação política, não obteve nenhum voto, o que nos permite concluir que todos os estudantes respondentes estão inseridos no cenário político, ainda que em graus e possibilidades diferentes, como pode ser verificado por meio da tabela 5, que irá mostrar quais os níveis de envolvimento.

TABELA 5 – NÍVEIS DE ENVOLVIMENTO POLÍTICO

NÍVEL DE ENVOLVIMENTO	%
Médio envolvimento: leio sobre temas políticos, e me interesse por alguns temas específicos de política	64,1%
Alto envolvimento: acompanho o cenário político local e nacional, participo de atividades políticas on-line e off-line e me interesse pela maioria dos debates políticos	23,7%
Sem envolvimento: não me interesse por política	12,2%

FONTE: A autora (2023)

Na tabela 5, visamos diferenciar as possibilidades de envolvimento com temas políticos em três níveis, sendo: sem envolvimento e sem interesse, interesse por alguns temas específicos sobre política, e alto envolvimento e interesse por variados temas, e participação em atividades políticas. O resultado demonstrou que 64,1% dos estudantes possui um envolvimento mediano, reservado apenas para alguns temas da esfera política. Porém, mais de 10% da amostra afirmou não possuir nenhum envolvimento, número consideravelmente alto se cruzarmos com a informação da tabela 4, que revelou que todos os respondentes realizam pelo menos uma forma de participação política, o que insinua que mesmo participando, alguns alunos não possuem interesse, ou seja, podem entender a ação como uma forma de obrigação, ou não considerarem algumas de suas atitudes como ato de participação política.

Abaixo tem-se a resposta referente não ao envolvimento, mas ao interesse, sempre considerando a perspectiva do respondente sobre sua própria relação com a política.

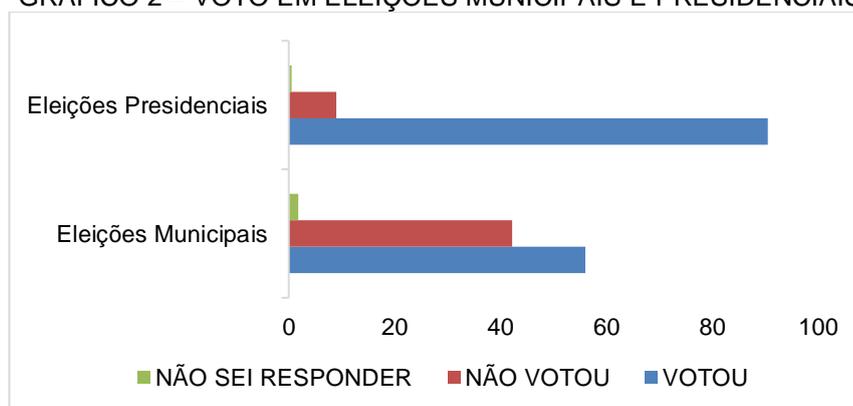
TABELA 6 – NÍVEIS DE INTERESSE POLÍTICO

NÍVEL DE INTERESSE	%
Médio interesse: consumo conteúdos sobre política de forma passiva, sem necessariamente divulgar e dialogar sobre os temas	53,9%
Alto interesse: consumo e interajo com conteúdos sobre política, compartilhando em redes sociais e/ ou com amigos e familiares	37%
Sem interesse: não consumo conteúdos sobre política e não me envolvo com o assunto	9,1%

FONTE: A autora (2023)

A tabela 6 se manteve no mesmo padrão da tabela 5, em que mais da metade dos respondentes alega interesse médio, consumindo informações de forma passiva e não compartilhando e dialogando sobre os temas. Porém, o índice de interesse nulo diminuiu para 9,1%, o que demonstra que há mais envolvimento em ações políticas do que interesse pelos temas. Isso nos permite levantar novamente a possibilidade de que a ação de muitos pode ser motivada apenas por obrigatoriedade, como a condição de obrigação de votar nas eleições, o que é analisado no gráfico abaixo, que mostra as porcentagens de votantes nos processos municipais e presidenciais.

GRÁFICO 2 – VOTO EM ELEIÇÕES MUNICIPAIS E PRESIDENCIAIS

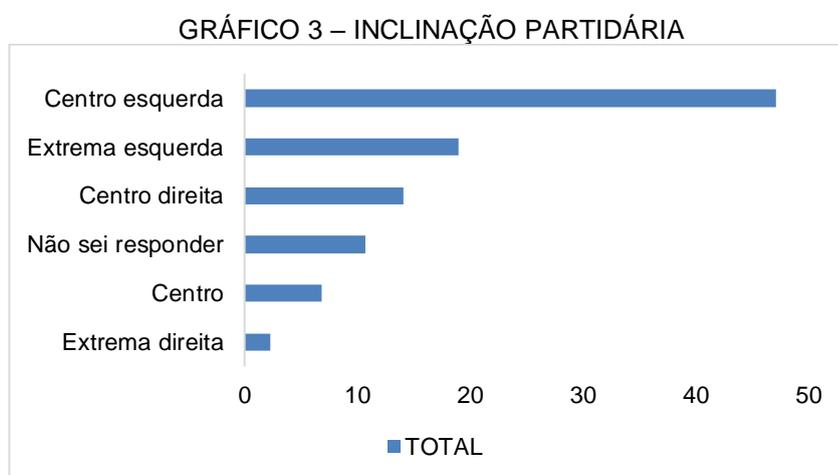


FONTE: A autora (2023)

O gráfico 2 acima nos permite realizar uma análise sobre o exercício do direito ao voto, considerando que quando questionamos sobre as eleições municipais temos um valor próximo entre os votantes (56%), e os não votantes (42,2%), com apenas 6% de diferença a mais para aqueles que votaram. E já quando olhamos para as eleições presidenciais, temos 90% de estudantes que votaram, contra apenas 8,9% que não votaram. Com isso, podemos concluir que há uma valorização maior da participação na votação para o cargo de Presidente da República. A motivação que rege tal fenômeno pode ser aprofundada numa pesquisa futura de interpretação de engajamento em eleições, que não se dará neste trabalho. Porém, vale mencionar

que isso pode demonstrar um entendimento de que uma disputa é mais relevante do que a outra, ainda que o âmbito municipal e suas decisões sejam as mais próximas do cidadão, como acesso à saúde, educação primária, infraestrutura urbana, etc. Todavia, se deve ressaltar que tal abstenção de votos na última disputa municipal em 2020, pode se relacionar com a idade dos respondentes, que poderiam não ter atingido os dezoito anos, tornando seu voto opcional.

Neste bloco de participação e interesse político, também foi questionado sobre a inclinação partidária dos estudantes, a qual poderia variar entre: extrema esquerda, centro esquerda, centro, centro direita e extrema direita. Também havia como selecionar se não soubesse responder. Um ponto que chamou a atenção, como podemos ver no gráfico abaixo, é que mais de 10% da amostra assinalou não saber responder, o que indica que há uma dificuldade de compreensão das ideologias partidárias entre os alunos de ensino superior.



FONTE: A autora (2023)

Com base no gráfico 3 acima, fica evidente que há um predomínio da inclinação ao centro esquerda. E, quando olhamos para os extremos, fica clara uma superioridade de 16,7% da extrema esquerda sobre a extrema direita. Tal oposição de inclinações quando relacionada com os cursos e setores dos respondentes, nos permite traçar padrões, pois mostra que 55% dos estudantes que responderam se identificam com a extrema direita pertencem aos cursos da área de Ciências Exatas, 33% pertence a área de Ciências Biológicas e 11% a área de Ciências Humanas. Em contrapartida, ao olharmos os alunos que assinalaram extrema esquerda, 56% fazem parte a área de Ciências Humanas e as áreas de Ciências Exatas e Biológicas

empatam em 21,9% do total. Isso nos mostra um antagonismo nas inclinações partidárias extremistas entre os cursos de exatas e humanas, revelando que há um padrão de predileções políticas entre os cursos da UFPR. Todavia, há uma ausência de conteúdos acadêmicos que abordem essa possível relação entre polarização partidária e áreas de estudo.

Com este bloco de questões, foi possível averiguar as formas de atuação política mais utilizadas pelos estudantes da amostra, analisar como o envolvimento na esfera política não está necessariamente relacionado com interesse pelos temas, e, também, estabelecer e comparar padrões das inclinações partidárias entre os setores.

5.4 MOTIVAÇÕES E DESMOTIVAÇÕES DA PARTICIPAÇÃO POLÍTICA

Um dos objetivos da pesquisa é entender quais são os fatores que motivam e que desmotivam o jovem estudante a se interessar e se envolver com a política. Na tabela 7, abaixo, podemos observar quais foram as alternativas mais marcadas como impulsionadoras da participação.

TABELA 7 –MOTIVAÇÕES PARA PARTICIPAR DA POLÍTICA

FATORES MOTIVADORES	%
Forma de assegurar e lutar por direitos	60,9%
Sentimento de contribuição em prol do desenvolvimento da sociedade	49,7%
Sentimento de esperança de ver as coisas mudarem	49,2%
Sentimento de obrigação e dever como cidadão	48,2%
Inconformismo e revolta com os problemas sociais	47,7%
Valorização do sistema democrático	35,4%
Sentimento de dever como estudante de instituição pública	32,3%
Interesse pela esfera política	18,8%
Por influência de amigos e familiares	7,6%
Nenhuma das alternativas	4,2%

FONTE: A autora (2023)

A opção mais marcada como motivadora, com mais de 60% de votos, foi participar da política por ser uma “forma de lutar e assegurar seus direitos”, seguida de “sentimento de contribuição em prol do desenvolvimento da sociedade” e “sentimento de esperança de ver as coisas mudarem”, que tiveram um empate nos 49%. Vale abordar que a questão menos marcada foi a influência por amigos e familiares, com 7,6% do total, o que nos mostra que apenas pequena parte da

amostra vê o comportamento de pessoas próximas como forma de motivação. A alternativa “sentimento de obrigação e dever como cidadão” obteve 48,2% de marcações, o que corrobora com o argumentado com as tabelas 5 e 6, de que alguns estudantes veem na atuação e participação política uma obrigação. O inconformismo e a revolta com os problemas sociais foram assinalados por 183 respondentes, o que equivale a 47,7% estudantes que se sentem motivados pela insatisfação com mazelas, como a desigualdade social, por exemplo. 4,2% dos respondentes alegou não se identificar com nenhuma das nove alternativas.

Ao migrarmos para a questão que pergunta quais são os fatores tidos como desmotivadores para participar da política, podemos observar pela tabela 8 que a alternativa “falta de credibilidade de candidatos e de partidos” foi marcada 199 vezes, o que significa que mais de metade da amostra não possui confiança nos representantes, sejam estes eleitos ou candidatos, assim como não confia nos partidos políticos existentes, como já antecipado pela pesquisa de Morais e Bernardi (2021), que apontaram que a desconfiança nas instituições políticas reproduz um comportamento hereditário, oriundo de processos de socialização autoritários.

TABELA 8 –DESMOTIVAÇÕES PARA PARTICIPAR DA POLÍTICA

FATORES DESMOTIVADORES	%
Falta de credibilidade de candidatos e partidos	51,8%
Sentimento de impotência em relação à esfera política	47,7%
Sensacionalismo midiático acerca de temas da esfera política	44%
Desapontamento com gestões políticas passadas ou atuais	37%
Receio ou medo de se envolver em desentendimentos ocasionados pela polarização e rivalidade política	33,3%
Falta de tempo na rotina adulta de se envolver em manifestações políticas	24%
Enxergar a política e seus temas como muito complexos e de difícil compreensão	17,7%
Falta de sentimento de pertencimento aos partidos	15,6%
Enxergar a política apenas como uma arena de combate sem benefícios	12,8%
Desinteresse sobre política	11,7%
Sentimento de conformismo com a situação do país	10,2%
Nenhuma das alternativas	5,2%

FONTE: A autora (2023)

Em segundo lugar, ficou a alternativa “sentimento de impotência em relação à esfera política”. Isso nos mostra um consenso com a pesquisa do TSE (2017), que relata que o jovem não vê mudanças ocorrerem com seu voto, passando a enxergar esse direito como algo impotente, que só é valorizado em períodos eleitorais e não

chega de fato a atingir a realidade do eleitor. Morais e Bernardi (2021) também apontam a falta de confiança nos processos eleitorais como causadora do sentimento de impotência, que faz com que os indivíduos se enxerguem como muito pequenos para gerarem impacto na sociedade. Tal relação pode ser apontada como uma hipótese para a questão levantada no tópico 5.3 sobre a participação e interesse por política, que demonstrou que mais de 40% dos respondentes não votou nas eleições municipais de 2020.

Diferente da tabela 7, que demonstrou que o sentimento de inconformismo com as questões sociais é um forte motivador dos jovens estudantes na política, na tabela 8 podemos ver que a alternativa “conformismo com a situação do país” foi a menos marcada, com apenas 10,2% de votos. Tal dado dialoga com a hipótese perseguida, de que os jovens não são desinteressados por temas políticos, visto que estes não estão conformados com o cenário atual, e também conversa com o argumento de Morais e Bernardi (2021), que contrariam a ideia de que a juventude é passiva, pois, com base nesta amostra, fica claro que há um anseio por mudanças, e um reconhecimento de que o estado político atual não está confortável.

Vale ressaltar que a opção que aponta o sensacionalismo midiático acerca de temas político como um desmotivador para participação, que foi relatada durante a pesquisa exploratória, atingiu o terceiro lugar de alternativa mais marcada, com 44% do total. Como comentado no referencial teórico, Barros e Martins (2016) alertam sobre como a quantidade exorbitante de informações trazidas pelas TICs não necessariamente garante conteúdos racionais, o que se conecta com a percepção relatada pelos jovens de enxergarem a mídia com viés pejorativo do sensacionalismo.

Entre as alternativas menos indicadas como desmotivadoras, estão: desinteresse sobre política (11,7%), enxergar a política apenas como uma arena de combate que não traz benefícios (12,8%), falta de sentimento de pertencimento aos partidos (15,6%), enxergar a política e seus temas como muito complexos (17,7%) e falta de tempo para se envolver com ações políticas (24%). Isso contrariou o pressuposto na etapa de testes, pois a última alternativa citada era tida como uma das candidatas mais provável de resposta, mas obteve somente 92 votos dos 384 participantes.

Outra questão anteriormente apontada como possível de alto alcance, era o “receio ou medo de se envolver em desentendimentos ocasionados pela polarização política”, a qual recebeu 128 marcações, menos do que o esperado, tendo em vista

que a antagonização de inclinações partidárias entre os estudantes, que foi comprovada no gráfico 2, poderia ocasionar um aumento de jovens se identificando com a polarização como um fator desmotivador, fato que não ocorreu. Por fim, 5,2% dos respondentes constataram não se identificarem com nenhuma das onze opções pré estabelecidas.

No tópico seguinte, buscamos identificar quais as formas que os estudantes mais utilizam para consumir informações políticas, e como isso se relaciona com a ascensão dos meios de comunicação digitais.

5.5 CONSUMO DE INFORMAÇÃO SOBRE POLÍTICA

Perseguimos neste bloco o objetivo de analisar as formas que os estudantes respondentes consomem informações políticas. Para isso, questionamos quais os principais meios utilizados para se informar, sendo que as opções disponíveis consistiam em: televisão, rádio, jornais e revistas impressos, site de notícias, redes sociais, aplicativos de mensagens, podcasts, aulas e/ ou eventos da UFPR, e grupos de discussão política.

TABELA 9 – MEIOS DE CONSUMO DE INFORMAÇÃO

MEIOS DE COMUNICAÇÃO	%
Redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram)	81,3%
Sites de notícias (G1, Folha)	80,7%
Televisão	47,9%
Podcasts	27,9%
Aulas e/ ou eventos da UFPR	27,3%
Grupos de discussão sobre política offline	19,5%
Jornais e revistas impressos	15,4%
Aplicativo de mensagens (WhatsApp, Telegram)	13,3%
Rádio	10,2%
Não consumo informações sobre política	3,9%

FONTE: A autora (2023)

Observando a tabela 9, fica evidente que há um quase empate entre as alternativas que citam os sites de notícias e as redes sociais como principais meios de informação, com uma vantagem de apenas 0,6% para o segundo citado. Isso corrobora com o exposto por Gomes, Fernandes, Reis e Silva (2009), citado na introdução deste trabalho, de que a era “pós web” faz necessária a inclusão das redes sociais no estudo dos processos eleitorais, visto que estas alteraram de forma visceral

a pesquisa em comunicação política. Barros e Martins (2016) explicam que a relação que os jovens estabelecem com a internet afeta a forma como esses se relacionam com as instituições governamentais, considerando que estas facilitaram o acesso e o contato com os representantes. E, como argumentado no referencial teórico, os jornais entenderam a demanda da digitalização como essencial para o público jovem, fato que justifica a posição de segundo lugar se dar aos sites de notícias. Segundo a pesquisa Atlas da Notícia, divulgada pelo Projor (2022), os veículos jornalísticos se empenharam em investir nas redes sociais, como sendo um fator crucial para manter sua relevância.

A obtenção do status de meio de comunicação mais utilizado se dar as redes sociais, já havia sido demonstrada na pesquisa do NUPESAL/UFRGS (2021), que analisou um público com idades entre 13 e 24 anos, e percebeu que 90% dos respondentes apontou o meio como um instrumento de interação política, semelhante ao resultado desta pesquisa, que indicou que 81,3% dos respondentes também tem as redes presentes no seu consumo de informação.

O terceiro meio mais indicado como forma de consumo de dados sobre política, foi a televisão, com 47,9% de marcações, fato interessante se puxarmos as informações trazidas no tópico 3.1, sobre as mudanças no consumo de informação no Brasil, que relatou, conforme a pesquisa TIC Domicílios de 2021, que o televisor aparecia em 98% dos lares brasileiros em 2011, porém esse número caiu para 95% em 2021. Ou seja, mesmo que o meio esteja lentamente deixando de fazer parte da casa dos cidadãos, ainda permanece sendo um dos mais influentes na forma de consumir conteúdos políticos.

Outro dado relevante demonstrado pela tabela 9, em relação aos relatórios da TIC Domicílios, é que o rádio ficou ranqueado no último lugar de meios de consumo de informação utilizados, sendo indicado por apenas 10,2% dos estudantes. Conforme o relatório de 2011 indicou, o rádio estava presente em 79% dos domicílios urbanos brasileiros, número que despencou para 26% em 2021. Isso nos faz questionar se o aparelho está de fato tendendo a ser descontinuado, visto que está desaparecendo das casas, e perdendo a influência entre os meios de informação, pelo menos no que diz respeito ao uso pelos jovens.

O quarto lugar foi ocupado também por um quase empate, entre os podcasts e as aulas e palestras da UFPR. A diferença é de 0,6% a mais para o primeiro meio. Pinho, Mesquita e Carreiro (2022, p. 3), definem os podcasts como “um modo de se

comunicar com grande potencial de alcance e acessível para ser produzido tanto pelo amador quanto pelo profissional”, e alegam que o meio “foi o espaço encontrado para que uma parte importante da esfera pública brasileira ganhasse terreno para disputar de forma mais decisiva na arena política” (PINHO; MESQUITA; CARREIRO, 2022, p. 22). Com isso, fica clara a importância e relevância dos podcasts quando se fala em comunicação política. Ademais, também fica nítido o papel de atuação da universidade na promoção do debate sobre temas políticos, considerando que 105 estudantes afirmaram ter a instituição como um dos principais meios de se informar.

Além do rádio, os aplicativos de mensagens, como WhatsApp e Telegram, e os jornais e revistas impressos, também obtiveram um baixo alcance entre a amostra, com respectivamente 13,3% e 15,4% de marcações do total de respondentes. Com relação ao uso dos *apps* de mensagens como fonte de informação, podemos demonstrar que o público da amostra vai na contramão dos dados levantados pela Câmara dos Deputados e o Senado em 2019, que entrevistou 2.400 brasileiros de todos os estados, e descobriu que 79% dos entrevistados recebe notícias frequentemente pelo WhatsApp, apontando a plataforma como principal fonte de informações. Isso nos permite questionar se a influência do aplicativo como referência para se informar é mais baixa entre o público jovem universitário. Neste bloco do formulário, também foi questionado se os jovens costumam receber informações políticas pelo WhatsApp, mesmo que sem interesse pelo tema, e os dados apontaram que mais da metade da amostra, 59,6% não recebe, porém 40,4% recebe. Ou seja, mesmo que o aplicativo não seja indicado como um dos principais meios de informação, ainda assim há um número alto de estudantes que recebe conteúdos pelo uso do meio como disseminador de conteúdos políticos. Isso pode significar que o meio não possui grande credibilidade entre os estudantes da amostra, que optam por buscar informações em outros canais, como os sites de notícias.

Em contrapartida, a baixa influência dos jornais impressos alegada pelos respondentes segue o padrão nacional. Segundo os dados do IVC (Instituto Verificador de Comunicação), em dezembro de 2020 a impressão de exemplares físicos no Brasil diminuiu em 13,6%, tendo como exemplo a Folha, segundo maior veículo jornalístico do país, que já chegou a produzir um milhão de cópias e, hoje, beira as cinquenta e cinco mil tiragens. Apenas 3,9% dos estudantes alegou não consumir informações sobre política.

A tabela 10 revela que 74,7% dos respondentes acompanha seus candidatos, ou seja, apenas 25,3% afirma não acompanhar.

TABELA 10 – ACOMPANHAMENTO DOS CANDIDATOS

ACOMPANHA O CANDIDATO	%
Sim	74,7%
Não	25,3%

FONTE: AUTORA (2023)

Tal dado é valioso, pois, conforme argumentado por Gomes, Fernandes, Reis e Silva (2009), as tecnologias tornam a participação política mais fácil e confortável, mas não garantem que essa de fato irá ocorrer. Por isso, é importante ver que os estudantes fazem uso das ferramentas de informação para colocar em prática a fiscalização do governo, utilizando suas potencialidades. Na tabela 11, abaixo, ilustramos os dados que respondem sobre as formas de acompanhamento.

TABELA 11 – FORMAS DE ACOMPANHAMENTO DO CANDIDATO

FORMAS DE ACOMPANHAMENTO	%
Acompanhando notícias na imprensa tradicional on-line (ex: G1, Folha.com, Gazeta do Povo etc)	66,4%
Acompanhando as redes sociais do candidato(a).	65,5%
Acompanhando notícias na imprensa televisiva (ex: telejornais)	39,8%
Acompanhando as redes sociais do partido do candidato(a).	26,6%
Não acompanho os candidatos que elegi.	19,9%
Acompanhando notícias em emissoras de rádio	8,7%
Lendo o site do partido do candidato(a)	8,4%
Lendo o site do candidato	7,3%

FONTE: A autora (2023)

A alternativa mais marcada foi “acompanhando notícias na imprensa tradicional”, com 66,4%, seguida pela opção “acompanhando a rede social do candidato”, com 65,5%. A segunda opção demonstra uma deixa interessante para que as equipes de comunicação e assessoria invistam atenção aos perfis dos representantes, visto que esses são muito utilizados na hora de acompanhar o

candidato. Os números entram em consenso com o demonstrado na tabela 9, em que as redes sociais e os sites de notícias aparecem como os meios mais utilizados para se informar politicamente. Isso revela que os estudantes optam por se informar e acompanhar as atividades políticas pelos mesmos canais, o que nos permite observar uma contradição entre o fato de que o sensacionalismo midiático sobre política foi tido como um dos principais desmotivadores, e, todavia, a mídia tradicional continua liderando os pódios de influência na hora de se informar.

As formas menos utilizadas para acompanhar os representantes foram “lendo o site do candidato”, “lendo os sites dos partidos” e “acompanhando notícias em emissoras de rádio”, com 7,3%, 8,4% e 8,7%, respectivamente. Isso corrobora com o exposto por Fernandes, Oliveira, Martins e Chaia (2017), que afirmam que há uma nova era da política, que tira os partidos do centro e coloca os candidatos, pois fica evidente que os respondentes não acompanham muito os canais de partidos, e preferem se informar direto pelos perfis pessoais dos representantes, que se tornam os protagonistas das disputas políticas.

5.6 DIFERENÇAS INTERNAS NO INTERESSE E PARTICIPAÇÃO

Como forma de segmentar os setores, realizamos a divisão dos cursos em três grandes áreas, sendo: biológicas, exatas e humanas, que obtiveram respectivamente: 89, 105 e 187 respondentes. O número total de cursos categorizados foi de 381, considerando que das 384 respostas, três foram nulas. Dentro desse valor, se estabeleceram 350 estudantes de graduação, considerando cursos de bacharelado e licenciatura, 10 de doutorado, 16 de mestrado, 3 de pós graduação, e 2 tecnólogos.

Considerando as respostas do questionário, os catalogados como sendo da área de biológicas, foram: medicina, farmácia, odontologia, ciências ambientais, nutrição, biologia, enfermagem, educação física, ciências biológicas, medicina veterinária, biotecnologia agrícola, alimentos e nutrição, produção vegetal, ciências, biologia, e saúde coletiva. Já os da área de exatas foram: engenharia cartográfica e de agrimensura, engenharia civil, engenharia de bioprocessos e biotecnologia, engenharia de produção, ciência da computação, engenharia mecânica, estatística, análise e desenvolvimento de sistemas, agronomia, engenharia química, engenharia de controle e automação, engenharia elétrica, engenharia de produção, engenharia de alimentos, arquitetura e urbanismo, engenharia industrial madeireira, engenharia

ambiental e sanitária, matemática, informática, engenharia e ciência de materiais, química, engenharia ambiental, ciências do solo, física, bioquímica, aquicultura e desenvolvimento sustentável, engenharia florestal, e bioquímica. E por fim, na área de humanas temos: administração, administração pública, antropologia, ciência política, ciências contábeis, ciências sociais, comunicação institucional, design de produto, design gráfico, direito, expressão gráfica, filosofia, geografia, gestão pública, jornalismo, letras, pedagogia, produção cultural, publicidade e propaganda, relações públicas, serviço social, secretariado, sociologia, sociologia do trabalho, e turismo.

Com isso, se tornou possível analisar com um filtro mais apurado as características particulares de cada área, comparando as escolhas dos cursos, como realizado no tópico 5.3 Participação e Interesse por Política, com o gráfico de inclinações políticas. Por exemplo, enfocando na questão sobre o nível de envolvimento com política dos estudantes, e cruzando com a divisão dos cursos por áreas, pudemos verificar que dos 187 respondentes de Humanidades, 58 alegou possuir um alto envolvimento, sendo 31% do total; 117 médio envolvimento, 62,5%; e apenas 12 relataram não possuir nenhum envolvimento, sendo 6,4%. Em contrapartida quando nos voltamos para os 105 estudantes da área de exatas, percebemos que o alto envolvimento fica restrito a somente 15% do total; o médio chega a 69%, e o nulo está em 16%, quase duas vezes mais que na área de Humanidades. As Biológicas registraram números bem parecidos com as exatas, sendo 17%, 63% e 20%, respectivamente, de alto, médio e nulo envolvimento. Ou seja, a porcentagem de alto envolvimento na política das humanidades é mais de 10 pontos percentuais acima que as outras áreas.

E falando de votar nas últimas eleições, da área de humanas 52% dos estudantes votou nas municipais e 91% votou nas presidenciais. Nas exatas, registrou-se respectivamente 61% e 88%. Nas biológicas os percentuais ficaram em 55% e 89%, respectivamente. Não foram considerados os que marcaram não saber responder. Isso nos mostra que os estudantes de humanas foram os que menos exerceram o direito de voto nas eleições municipais, porém, os que mais votaram nas presidenciais, mas com diferença ínfima.

Olhando para a questão sobre acompanhar os candidatos em quem votou, na tabela 10 podemos ver que 74,7% afirma realizar o acompanhamento, porém filtrando pelas grandes áreas, temos o dado que, desses 284 estudantes, 53% são da área de humanas, 25% de exatas e 22% de biológicas. Isso posiciona os indivíduos das

humanidades como mais engajados com os representantes políticos que elegem, ainda que estes tenham votado menos nas eleições municipais.

Fuks (2011) alegou que a escolaridade dos pais influencia no envolvimento político dos filhos. Como forma de averiguar isso, verificamos que 7% dos respondentes possui responsáveis com apenas ensino fundamental completo ou incompleto, 49% possui pelo menos um dos responsáveis com ensino superior completo ou incompleto, e 23% com pelo menos um dos responsáveis com pós graduação ou título superior. Dentro da faixa dos 7% com familiares com apenas ensino fundamental, e sem considerar o recorte de áreas, verificamos que 40% dos estudantes alegou alto interesse por temas políticos, 48% médio interesse, e 11% afirmou não possuir nenhum interesse. Passando para aqueles com pelo menos um dos responsáveis com ensino superior, 34% afirmou alto interesse, 55% médio interesse, e 9% nenhum interesse. E por fim, analisando a categoria de estudantes com pelo menos um responsável com pós graduação ou título superior, os dados mostram que 32% possui alto interesse, 59% médio interesse, e 9% interesse nulo.

Com isso, podemos demonstrar que nesta pesquisa os níveis mais baixos de escolaridade dos responsáveis significaram maiores níveis de interesse político dos estudantes, ao contrário dos respondentes com responsáveis com altos níveis de escolaridade, que obtiveram a menor porcentagem de alto interesse pelos temas da esfera política. Todavia, os estudantes com responsáveis com menor escolaridade apresentaram uma porcentagem de interesse nulo por temas da política dois pontos percentuais a mais que das outras categorias. Posto isso, se tornou inviável estabelecer uma confirmação ou reprovação do argumento de que elevar o nível de escolaridade dos responsáveis dos respondentes, significa elevar sua participação política, tendo em vista que os estudantes possuem responsáveis com escolaridades diferentes, então seria necessário um aprofundamento de qual influência impacta mais no interesse do jovem por política.

Ao analisarmos a questão sobre renda familiar bruta, e relacionarmos essa com o nível de interesse por política, conferimos que entre os estudantes que vivem com até 1 salário mínimo, categoria que foi a menos marcada, 39% alegou possuir alto interesse por política, 46% médio interesse, e 14% interesse nulo. Já quando passamos para aqueles que possuem entre 1 a 5 salários, como sendo a condição de mais de 40% da amostra, vemos que a porcentagem dos que alegam ter alto interesse também é de 39%, porém, o médio interesse sobe para 60%, e o nulo cai

para 9%. Por fim, aqueles que possuem mais de 15 salários mínimos, como sendo a segunda categoria com menor aparição e que indica o maior nível de poder aquisitivo, vemos que o alto interesse cai para 34%, o médio fica em 51%, e o nulo com 13%. Tal análise evidencia que maiores rendas familiares não estão necessariamente relacionadas com maiores níveis de interesse. Pelo contrário, estudantes com rendas inferiores registraram maiores percentuais de interesse pela esfera política.

Também questionado no bloco socioeconômico, o estudante deveria preencher qual a categoria de sua última instituição de ensino, como sendo: federal, estadual, municipal ou privada. O intuito dessa questão era de checar o argumento de Fuks (2011), de que os estudantes de escolas mais elitizadas se sentem mais politicamente eficazes, porém que esse sentimento não se converte em participação política, pois os alunos de escolas públicas se mostram mais ativos nisso, neste caso estudado. 45,8% dos respondentes marcaram o setor privado, 45,6% o setor estadual, 8,1% o federal e 0,5% o municipal. Dos oriundos das escolas privadas, apenas 21% marcou possuir um alto envolvimento político, contra os outros três setores públicos, que registraram 25% de alto envolvimento. Ou seja, dentro desta amostra foi possível comprovar que os estudantes de escolas públicas estão mais envolvidos em atividades políticas, porém a diferença das porcentagens se mostrou pequena.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo norteador dessa pesquisa foi analisar a relação dos estudantes com os temas da esfera política e suas formas de consumo de informação. Para isso ramificamos a proposta em três objetivos específicos, que consistem em: a) mensurar o interesse o dos jovens pela política, b) verificar as motivações e desmotivações da relação do jovem com a política; c) verificar as principais formas de consumo de informação sobre política. Isso culmina em um estudo aprofundado da relação dos universitários com a política, permitindo traçar comparações entre os cursos e suas áreas. E, dialogando com os objetivos, a hipótese levantada foi a de que os jovens estudantes não são desinteressados por política, mas sim por suas formas de atuação institucionalizadas.

Ressaltamos que apesar do recorte etário proposto e justificado no referencial teórico ser de estudantes com idades entre 18 e 28 anos, obtivemos 8,3% de respondentes com idade superior aos 28, e 6,5% inferior aos 18 anos. Tal fato nos fez reconsiderar a janela etária, e aceitar processar as respostas dos indivíduos que estavam fora do objetivo inicial de idade, considerando que estes também são importantes para análise, visto que todos se enquadram como estudantes da UFPR.

Posto isso, declaramos que as metas foram cumpridas, pois a aplicação do questionário possibilitou que fosse realizada uma análise bastante completa das percepções dos estudantes sobre a política, e como estes consomem informações, considerando que, como principais resultados tivemos a afirmação de que mais de 90% dos respondentes alegou votar nos processos eleitorais, mais de 80% declarou acompanhar notícias sobre política nos canais de comunicação, e também dialogar sobre os tópicos entre colegas. Além disso, quando questionados sobre o nível de envolvimento e interesse por política, obtivemos mais de 50% de marcações apontando ambos os níveis como altos, ou seja, nesta amostra ficou claro que há uma elevada quantia de estudantes da Universidade Federal do Paraná que são interessados e envolvidos na política.

Outro resultado relevante foi a verificação de que há um padrão de inclinações partidárias, pois quando agrupamos os setores respondentes em três grandes áreas (biológicas, exatas e humanas), se tornou visível que 55% dos estudantes que alegaram se identificar com vertentes políticas de extrema direita são das Ciências Exatas; e, quando olhamos para os que se identificam como centro direita, temos um

resultado semelhante de 33% e 31%, respectivamente entre os cursos de exatas e humanas. Em contrapartida, aqueles que se identificam com a extrema esquerda são 56% compostos por respondentes das Ciências Humanas, número que aumenta quando olhamos os que optam pelo centro esquerda, que passa para os 58% entre os estudantes de humanas e 22% entre os estudantes de exatas. A área de Ciências Biológicas apresentou dados semelhantes às exatas, com variações percentuais de até 5% acima ou abaixo. No entanto, reforçamos que a pesquisa atingiu poucos respondentes em alguns setores e, para confirmar esta inclinação, é preciso ampliar a amostra.

Também ressaltamos que a hipótese foi confirmada, considerando que percebemos que quando questionados sobre formas de participação política, como entrar em Conselhos Municipais, e acompanhar audiências públicas, os estudantes demonstram menos interesse e engajamento do que se compararmos com formas mais dinâmicas de atuação política, como: assinar abaixo assinado em prol de causas sociais, e se manifestar pelas redes sociais. Isso nos permite concluir que são as possibilidades de envolvimento político mais tradicionais que afastam o público analisado, e não necessariamente que estes perderam o interesse pela política como um todo, porém, é importante tensionar que apenas formas de atuação passiva, como compartilhar conteúdos sobre política, ou assinar um abaixo assinado, não resultarão em mudanças imediatas, e que as formas de participação não podem se limitar a um ativismo on-line e de sofá.

Os fatores elencados como os que mais motivam os universitários a participarem da política são: enxergar a participação como uma forma de assegurar e lutar por direitos, o sentimento de contribuição em prol do desenvolvimento da sociedade, e o sentimento de esperança de ver as coisas mudarem. E os motivos apontados como mais desmotivadores para participar, são: falta de credibilidade de candidatos e partidos, sentimento de impotência em relação a esfera política, e o sensacionalismo midiático acerca dos temas políticos. Esses resultados corroboram com a literatura sobre a descrença com políticos e partidos e que mostram a política como forma de lutar por direitos, o que também é perceptível nos respondentes.

Também foi conferido que os meios que os estudantes mais utilizam para se informar politicamente são as redes sociais e os sites de notícias, e que mais de 50% não costuma receber notícias políticas pelo WhatsApp, o que contraria o cenário atual brasileiro, que, conforme pesquisa da Câmara dos Deputados e do Senado de 2019,

demonstrou que 79% dos entrevistados recebe frequentemente notícias pela plataforma. Acesso à internet não significa, necessariamente, o acesso a qualquer tipo de informação, pelo menos no que diz respeito aos estudantes da UFPR.

Os resultados que também chamaram mais a atenção foram a quantificação de que 74,7% dos respondentes alegam acompanhar os candidatos em que votaram, utilizando como meios: as notícias divulgadas pela imprensa tradicional e as redes sociais do representante. Porém, este é um hábito que se diferencia entre áreas: 55% são estudantes da área de humanas, e apenas 25% e 21% são, respectivamente, dos cursos de exatas e biológicas. Isso coloca os alunos dos cursos de humanidades como mais engajados e preocupados em realizar um *follow up*⁸ de seus candidatos.

Antes de finalizar, menciona-se que houveram dificuldades enfrentadas no decorrer da pesquisa. Elas se deram na aplicação e circulação do questionário entre os setores da UFPR, por falta de formas de contato com outros câmpus, principalmente dos que se localizam fora de Curitiba, e também ausência de respostas de perfis responsáveis por centros acadêmicos e setores. Isso gerou lacunas na pesquisa, visto que esta não atingiu a totalidade de cursos disponíveis na instituição. Uma pesquisa com mais tempo de execução pode dar conta de uma amostra representativa de todos os setores.

Em relação a uma agenda de pesquisa a partir desses resultados, sugerimos que pode ser estudado de forma mais aprofundada, se o interesse político é maior entre estudantes de Ensino Superior que são oriundos de escolas públicas, e se em casos de estudantes que possuem responsáveis com níveis de escolaridade diferentes, qual seria mais influente na participação política deste. Também se viabiliza o aprofundamento da análise da relação que as inclinações partidárias possuem com as áreas de estudo dos alunos, com intuito de verificar se o padrão disposto na UFPR, de predominância de identificação das áreas de exatas e humanas, respectivamente com a extrema direita e a extrema esquerda, se repete em outras amostras. Outro ponto levantado na pesquisa que pode prosperar, é a diferença das relações que públicos de gerações diferentes possuem com o WhatsApp como forma de consumo de informação, tendo em vista que apesar de o aplicativo ser indicado como um dos mais usados no Brasil, com 165 milhões de

⁸ Termo em inglês que significa acompanhamento de resultados, e é cunhado no marketing para indicar monitoramento de campanha.

usuários ativos, este não se destacou entre os estudantes como meio de comunicação favorito para se informar politicamente, ocupando o 8º lugar no ranking entre nove opções, ficando acima apenas do rádio.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, L. **Como lidar com a desigualdade de acesso à internet no Brasil?** 2022. Disponível em: <<https://inforchannel.com.br/2022/05/12/como-lidar-com-a-desigualdade-de-acesso-a-internet-no-brasil/#:~:text=Segundo%20o%20Minist%C3%A9rio%20das%20Comunica%C3%A7%C3%B5es,a%20internet%20todos%20os%20dias>>. Acesso em: 1 fev. 2023.

AYRES, C. **Participação política, media digitais e mudanças sociais: a comunicação na perspectiva do cidadão jovem**. 289 f Dissertação de Doutorado em Ciências da Comunicação. Universidade Lusófona do Porto, Porto, 2021.

BARROS, A. MARTINS, L. Juventude e comunicação política: os egressos do Parlamento Jovem Brasileiro. **Revista de Ciências Humanas**, Viçosa, v. 16, n. 1, p. 139-154, jan./jun 2016.

BENNETT, W. L. Changing Citizenship in the Digital Age **Civic Life Online: Learning How Digital Media Can Engage Youth**. Editado por W. Lance Bennett. Cambridge, MA: The MIT Press, 2008. 1–24.

BRASIL. Lei nº 12852, de 5 de agosto de 2013. Institui o Estatuto da Juventude e dispõe sobre os direitos dos jovens, os princípios e diretrizes das políticas públicas de juventude e o Sistema Nacional de Juventude. **Diário Oficial da União**. Brasília, DF. N. x, 5 ago. 2013. Seção 1, não p. Disponível em <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/l12852.htm>. Acesso em 02 mar. 2023.

CAMPOS, J. **Por que os jovens impulsionaram a abstenção eleitoral em 2020**. 2020. Disponível em: < <https://veja.abril.com.br/politica/por-que-os-jovens-impulsionaram-a-abstencao-eleitoral-em-2020> >. Acesso em: 12 jun. 2021.

CARRANO, P. Jovens e participação política. **Estado do Conhecimento**, Rio de Janeiro, n. 7, p. 185-202, 2002.

COMUNICAÇÃO PROGRAD. **Ranking destaca UFPR como 12ª melhor universidade da América Latina e 4ª entre as federais em impacto na web**. 2023. Disponível em: <<http://www.prograd.ufpr.br/portal/blog/informativo/ranking-destaca-ufpr-como-12a-melhor-universidade-da-america-latina-e-4a-entre-as-federais-em-impacto-na-web/>>. Acesso em: 02 jun. 2023.

CONEXIA Educação. **Quem são os nativos digitais e como sua escola pode atendê-los. Veja aqui!.** 2021. Disponível em: <<https://blog.conexia.com.br/quem-sao-os-nativos-digitais/>>. Acesso em: 1 fev. 2023.

DOURADO, T; GOMES, W. **O que são, afinal, fake news, enquanto fenômeno de comunicação política**. In: Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política, 8, 2019, Brasília. 2019. p. 1-25.

FERNANDES, C.; OLIVEIRA, L.; MARTINS, T.; CHAIA, V. Campanha permanente e espetacularização política: análise das estratégias narrativas de João Doria (PSDB) na fanpage. **Líbero**, São Paulo, n. 40, p. 55-64, ago./dez 2017

FERREIRA, M. **A participação cívica e política dos estudantes do Ensino Superior**: Influência da experiência acadêmica e da memória dos movimentos estudantis. 149 p. Dissertação de Mestrado em História, Relações Internacionais e Cooperação - Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Porto, 2021. Disponível em: <<https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/139124/3/524701.pdf>>. Acesso em: 14 fev. 2023.

FURLAN, R. NISGOSKI, R; PEREIRA, A. INTERESSE POLÍTICO DOS JOVENS. **Caderno PAIC**, v. 22, n. 1, p. 179-192, 2021.

FUKS, M. Atitudes, cognição e participação política: padrões de influência dos ambientes de socialização sobre o perfil político dos jovens. **Opinião Pública**, [S.I.], v. 18, p. 88-108, 2012.

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

G1. Menos de um terço da população brasileira tem acesso pleno à internet, mostra pesquisa: Quase 34 milhões de brasileiros nunca acessam à internet e quase 87 milhões não conseguem se conectar todos os dias. Essa desigualdade é uma barreira para a geração de empregos, aponta a pesquisa que mediu o abismo digital no país. 2022. Disponível em: <<https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2022/03/18/menos-de-um-terco-da-populacao-brasileira-tem-acesso-pleno-a-internet-mostra-pesquisa.ghtml>>. Acesso em: 1 fev. 2023.

GATTI, B. **Grupo focal na pesquisa em Ciências sociais e humanas**. Brasília, Líber Livro, 2005.

GOHN, M. Jovens na política na atualidade—uma nova cultura de participação. **Caderno CrH**, [S.I.], v. 31, p. 117-133, 2018.

GOMES, W. FERNANDES, B. REIS, L. SILVA, T. “Politics 2.0”: a campanha online de Barack Obama em 2008. **Revista de Sociologia e Política**, [S.I.], v. 17, p. 29-43, 2009.

GOMES, W. 20 anos de política, Estado e democracia digitais: uma “cartografia” do campo. In: SILVA, S. BRAGATTO, R. SAMPAIO, R. **Democracia digital, comunicação política e redes: teoria e prática**. Rio de Janeiro, Folio Digital, 2016. p. 39-76.

GOMES, W. A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política. **Revista Fronteiras—estudos midiáticos**, [S.I.], v. 7, n. 3, p. 214-222, 2005.

GRAMACHO, W. JÁCOMO, A. Padrões de uso dos meios de comunicação no Brasil e seu impacto sobre níveis de informação política. **Revista Debates**, Porto Alegre, v.9, n. 3, p. 11-36, set/dez 2015.

GUNTHER, H. Como elaborar um questionário. **Série: Planejamento de pesquisa nas ciências sociais**, Brasília, v. 1, p. 1-15, 2003.

KLANG, M.; MADISON, N. The domestication of online activism. **First Monday**, [S.l.], v.21. n.6, 2016.

MAIA, Rodrigo. **Apenas 18,1% dos jovens de 18 a 24 anos estão matriculados no ensino superior**: Dados divulgados pelo Instituto Semesp mostram país distante das metas do Plano Nacional de Educação, que mirava índice de 33% em 2024. 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/apenas-18-1-dos-jovens-de-18-a-24-anos-estao-matriculados-no-ensino-superior/>. Acesso em: 8 fev. 2023.

MARQUES, F. **Ciberpolítica conceitos e experiências**. Salvador: Editora da Universidade Federal da Bahia, 2016

MENDONÇA, R. GONÇALVES, V. **Fake News e o Repertório Contemporâneo de Ação Política**. In: Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política, 8, 2019, Brasília. 2019. p. 1-31.

MESSAGI JR, Mario. **UFPR ABRE AS PORTAS PARA ALUNOS DA TERCEIRA IDADE**. 2013. Disponível em: <<https://jornalcomunicacao.ufpr.br/ufpr-abre-as-portas-para-alunos-da-terceira-idade/>>. Acesso em: 29 maio 2023.

MINTZ, A. Midiatização e plataformização: aproximações. **Novos Olhares**, [S. l.], v. 8, n. 2, p. 98-109, 2019. DOI: 10.11606/issn.2238-7714.no.2019.150347. Disponível <em: <https://www.revistas.usp.br/novosolhares/article/view/150347>>. Acesso em: 12 dez. 2021.

MITOZO, I; MASSUCHIN, M. Engajamento público e Democracia: uma análise da Participação Política institucional e não-institucional na cidade de São Paulo. **Teoria & Pesquisa: Revista de Ciência Política**, [S.l.], v. 29, n. 2, p. 41-65, 2020.

MORAIS, J. BERNARDI, A. Socialização política e as redes familiares e sociais: o papel da Internet na cultura política dos jovens no Sul do Brasil. **Análise Social**, [S.l.], v. 56, n. 239, pp. 364-386, 2021.

MORAIS, J. BAQUERO, M. Rise and institutionalization of political intolerance as a political value in a hybrid culture. In BAQUERO, M. **The youth and the Challenges for Building Democracy in Brazil**, Porto Alegre, Escritos, pp. 57-83, 2020.

OLIVEIRA, F. **POPULAÇÃO ECONOMICAMENTE ATIVA (PEA)**. 2019. Disponível em: <<https://www.educamaisbrasil.com.br/enem/geografia/populacao-economicamente-ativa-pea>>. Acesso em: 1 fev. 2023.

PEREIRA, G. DOS ANJOS, M.; XAVIER, S. **JOVENS UTILIZAM A INTERNET COMO INSTRUMENTO PARA MOBILIZAÇÕES POLÍTICAS**. 2022. Disponível em:

<<https://contrapontodigital.pucsp.br/noticias/jovens-utilizam-internet-como-instrumento-para-mobilizacoes-politicas>>. Acesso em: 13 fev. 2023.

PIHER, P. **Marina Ruy Barbosa cobra Witzel no Twitter, mas é corrigida por governador do Rio**. 2019. Disponível em <<https://www.diariodocentrodomundo.com.br/entretenimento/marina-ruy-barbosa-cobra-witzel-no-twitter-mas-e-corrigida-por-governador-do-rio/amp/>> Acesso em 13 fev. 2023.

PINHEIRO, D. FARIAS, G. Incentivos e barreiras ao ingresso do jovem na política: uma discussão teórica. **Juventude. br**, [S.l.], v. 19, n. 1, p. 7-14, 2021.

PINHO, M. MESQUITA, P. CARREIRO, R. A febre dos podcasts de política no Brasil. **Intexto**, Porto Alegre, n. 53, p. 110787-110787, 2022.

PURZ, M. **WhatsApp, WeChat e Messenger from Meta: uso global, inserção e números dos apps de mensagens**. 2023. Disponível em: <<https://www.messengerpeople.com/pt-br/estatistica-mundial-de-usuarios-do-whatsapp-wechat-e-outros-aplicativos-de-mensagem/#:~:text=O%20WhatsApp%20lidera%20todas%20as,os%20usu%C3%A1rios%20de%20mensagens%20instant%C3%A2neas>>. Acesso em: 1 fev. 2023.

PRENSKY, M.: Digital Natives Digital Immigrants. In: PRENSKY, M. **On the Horizon**. [S.l.], NCB University Press, v. 9, n. 5, p. 1-6, 2001.

SANTOS JUNIOR, M.; ALBUQUERQUE, A. Perda da hegemonia da imprensa - a disputa pela visibilidade na eleição de 2018. **Lumina**, [S. l.], v. 13, n. 3, p. 5–28, 2019.

SANTOS JUNIOR, M. Plataformização da comunicação política: governança algorítmica da visibilidade entre 2013 e 2018. **E-Compós**, [S.l.], v. 24, p. 1-22, jan–dez, publicação contínua, 2021.

SILVA, S.; BRAGATTO, R.; SAMPAIO, Rafael C. Concepções, debates e desafios da democracia digital In: SILVA, S. BRAGATTO, R. SAMPAIO, R. **Democracia digital, comunicação política e redes: teoria e prática**. Rio de Janeiro, Folio Digital, 2016. p. 17-38.

SPINELLI, M. Democratic Rhetoric and Emergent Media: The Marketing of Participatory Community on Radio and the Internet. **International Journal of Cultural Studies**, [S.l.], v. 3, n. 2, p. 268-278, 2000.

TSE. **Eleições 2022: crescem números de jovens e idosos aptos a votar**. [S. l.]: 2022. Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Julho/eleicoes-2022-crescem-numeros-de-jovens-e-idosos-aptos-a-votar>>. Acesso em: 1 fev. 2023.

TSE. **Partidos registrados no TSE**. 2022. Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/partidos/partidos-registrados-no-tse>>. Acesso em: 31 mai. 2021.

TSE. **Pesquisa entre jovens identifica maioria de aptos a votar, mas poucos debatem política**. 2017. Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2017/Agosto/pesquisa-entre-jovens-identifica-maioria-de-aptos-a-votar-mas-poucos-debatem-politica>>. Acesso em: 3 mar. 2021.

TSE. **TSE desmonetiza quatro canais e suspende divulgação de documentário 2022**. Disponível em <<https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Outubro/tse-desmonetiza-quatro-canais-e-suspende-divulgacao-de-documentario>> Acesso em 31 mai. 2023.

TV Brasil. **Jovens entre 15 e 29 anos correspondem a 23% da população brasileira**. 2021. Disponível em: <<https://tvbrasil.ebc.com.br/brasil-em-pauta/2021/08/jovens-entre-15-e-29-anos-correspondem-23-da-populacao-brasileira#:~:text=No%20AR%20em%2008%2F08,de%2047%20milh%C3%B5es%20de%20pessoas>>. Acesso em: 1 fev. 2023.

UNESC. **No Brasil, o número de estudantes de especialização cresceu durante a pandemia**. 2023. Disponível em: <<https://digital.unesc.net/blog/no-brasil-o-numero-de-estudantes-de-especializacao-cresceu-durante-a-pandemia#:~:text=Segundo%20um%20estudo%20realizado%20pelo,8%25%20em%20compara%C3%A7%C3%A3o%20a%202019>>. Acesso em: 29 maio 2023.

VALENTE, J. **WhatsApp é principal fonte de informação do brasileiro, diz pesquisa**. 2019. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-12/whatsapp-e-principal-fonte-de-informacao-do-brasileiro-diz-pesquisa>>. Acesso em: 02 jun. 2023

VASCONCELLOS, F. **Percentual de abstenção nestas eleições cresceu mais entre eleitores jovens e idosos**. 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2020/eleicaoem-numeros/noticia/2020/12/09/percentual-de-abstencao-nestas-eleicoes-cresceu-mais-entreeleitores-jovens-e-idosos.ghtml>>. Acesso em: 11 jun. 2022.

YAHYA, H. **Jornais têm alta de 64% no digital e queda de 13,6% no impresso em 2021**. 2021. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/economia/jornais-tem-alta-de-64-no-digital-e-queda-de-136-no-impresso-em-2021/>>. Acesso em: 02 jun. 2023

APÊNDICE 1 – QUESTIONÁRIO COM TEXTO INTRODUTÓRIO

INTERESSE DOS JOVENS UNIVERSITÁRIOS POR POLÍTICA E O CONSUMO DE INFORMAÇÃO

Olá! Me chamo Renata Figueiredo de Medeiros, e essa pesquisa faz parte do meu Trabalho de Conclusão de Curso em Relações Públicas, pela Universidade Federal do Paraná. Por isso, já agradeço por ter chegado até aqui! Sua resposta é fundamental e valiosa para o desenvolvimento do meu projeto! Reitero que os dados aqui respondidos serão utilizados apenas para fins acadêmicos e não serão divulgados de forma individual. O tempo estimado para resposta é de X minutos.

Caso fiquem dúvidas ou queira saber mais sobre a pesquisa e seus futuros resultados, entre em contato comigo! e-mail: renatafm2001@gmail.com

BLOCO 1: Conhecimento e participação política

1. Considerando as formas de participação política abaixo, assinale quais você pratica ou já praticou:

Votar nas eleições municipais ou presidenciais

Participar de abaixo assinado, virtual ou físico, em prol de causas sociais

Participar de Conselhos Municipais (Ex: Saúde, Educação etc)

Acompanhar audiências públicas de forma on-line ou presencial

Participar de consultas públicas

Compartilhar conteúdos sobre política e/ ou candidatos

Acompanhar notícias em veículos de comunicação que falam sobre política (ex: Folha de S. Paulo, G1 etc)

Acompanhar atores políticos nas redes sociais (ex: vereadores, governadores etc)

Interagir com perfis de veículos de comunicação, instituições políticas e/ ou atores políticos nas redes sociais (ex: votar em enquetes, curtir, comentar ou publicações sobre temas políticos)

Ler livros, jornais, revistas ou trabalhos acadêmicos que falem sobre temas políticos

Dialogar com amigos sobre o cenário político nacional
Dialogar com familiares sobre o cenário político atual
Nenhuma das acima

[Múltipla escolha]

[Obrigatória]

2. Considerando as alternativas acima, como você avalia seu envolvimento com política?

Sem envolvimento: não me interessa por política

Médio envolvimento: leio sobre temas políticos, e me interessa por alguns temas específicos de política

Alto envolvimento: acompanho o cenário político local e nacional, participo de atividades políticas on-line e off-line e me interessa pela maioria dos debates políticos

[Objetiva]

[Obrigatória]

3. Como você avalia seu interesse por temas/assuntos/pautas políticos?

Sem interesse: não consumo conteúdos sobre política e não me envolvo com o assunto

Médio interesse: consumo conteúdos sobre política de forma passiva, sem necessariamente divulgar e dialogar sobre os temas

Alto interesse: consumo e interajo com conteúdos sobre política, compartilhando em redes sociais e/ ou com amigos e familiares

[Objetiva]

[Obrigatória]

BLOCO 2: Atuação e compreensão da esfera política

4. Você votou nas eleições municipais de 2020? **As eleições municipais no Brasil em 2020 ocorreram em 15 de novembro, com um segundo turno em 29 de novembro em 57 municípios*.*

Sim

Não

[Objetiva]

[Obrigatória]

5. Você votou nas eleições presidenciais de 2022? **As eleições presidenciais no Brasil em 2022 ocorreram em 2 de outubro, com um segundo turno em 30 de outubro*.*

Sim

Não

[Objetiva]

[Obrigatória]

6. Você definiria sua inclinação partidária como:

Extrema esquerda

Centro esquerda

Centro

Centro direita

Extrema direita

Não sei responder

[Objetiva]

[Obrigatória]

7. O que motiva você a participar da política? Marque até 3 alternativas que mais se identificar:

Sentimento de contribuição em prol do desenvolvimento da sociedade

Sentimento de esperança de ver as coisas mudarem

Inconformismo e revolta com os problemas sociais

- Interesse pela esfera política
- Sentimento de obrigação e dever como cidadão
- Sentimento de dever como estudante de instituição pública
- Valorização do sistema democrático
- Forma de assegurar e lutar por direitos
 - Por influência de amigos e familiares
 - Nenhuma das alternativas

[Múltipla escolha]

[Obrigatória]

8. O que te desmotiva a participar da política? Marque até 3 alternativas que mais se identifique

- Sentimento de impotência em relação a esfera política
- Falta de credibilidade de candidatos e partidos
- Falta de sentimento de pertencimento aos partidos
- Desinteresse sobre política
- Sentimento de conformismo com a situação do país
- Receio ou medo de se envolver em desentendimentos ocasionados pela polarização e rivalidade política
- Desapontamento com gestões políticas passadas ou atuais
- Falta de tempo na rotina adulta de se envolver em manifestações políticas
- Enxergar a política e seus temas como muito complexos e de difícil compreensão
- Sensacionalismo midiático acerca de temas políticos
- Enxergar a política apenas como uma arena de combate

[Múltipla escolha]

[Obrigatória]

BLOCO 3: Consumo de informação sobre política

9. Caso você consuma informações sobre política, quais dos meios abaixo você mais utiliza para se informar?

Televisão

Rádio
Jornais e revistas impressos
Sites de notícias (G1, Folha.com etc)
Redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram)
Aplicativo de mensagem (WhatsApp/Telegram)
Podcasts
Aulas e/ ou eventos da UFPR
Grupos de discussão sobre política offline
Não consumo informação sobre política

[Múltipla escolha]

[Obrigatória]

10. Você costuma receber – mesmo que não se interesse pelo assunto – informações sobre política pelo WhatsApp?

Sim

Não

[Objetiva]

[Obrigatória]

11. Você costuma acompanhar informações sobre os candidatos(as) em quem votou nas últimas eleições?

Sim

Não

[Objetiva]

[Obrigatória]

12. Se sim, como costuma fazer esse acompanhamento das ações e atividades do candidato(a) que elegeu?

Acompanhando as redes sociais do candidato(a).

Lendo o site do candidato(a).

Acompanhando as redes sociais do partido do candidato(a).

Lendo o site do partido do candidato(a).

Acompanhando notícias na imprensa tradicional on-line (ex: G1, Folha.com, Gazeta do Povo etc)

Acompanhando notícias na imprensa televisiva (ex: telejornais)

Acompanhando notícias em emissoras de rádio

Não acompanho os candidatos que elegi.

[Objetiva]

[Não obrigatória]

BLOCO 4: Características socioeconômicas

13. Qual sua idade?

[Aberta e obrigatória]

14. Qual seu setor na UFPR? (Relação de cursos e setores UFPR:

<http://www.prae.ufpr.br/prae/wp-content/uploads/2016/01/Cursos-e-Setores-UFPR.pdf>)

Setor de Artes, Comunicação e Design

Setor de Ciências Agrárias

Setor de Ciências da Terra

Setor de Ciências da Saúde

Setor de Ciências Biológicas

Setor de Ciências Exatas

Setor de Ciências Humanas

Setor de Ciências Sociais Aplicadas

Setor de Educação Profissional e Tecnológica

Setor Litoral – Matinhos

Setor de Tecnologia

Setor Palotina

[Objetiva]

[Obrigatória]

15. Qual curso está realizando na UFPR?

[Aberta]

[Obrigatória]

16. Considerando o salário dos seus responsáveis e o seu (se houver), qual a sua renda familiar bruta?

Até 1 salário mínimo

Entre 1 a 5 salários mínimos

Entre 5 e 10 salários mínimos

Entre 10 e 15 salários mínimos

Mais de 15 salários mínimos

[Objetiva]

[Obrigatória]

17. Assinale o nível de escolaridade de seus pais ou responsáveis:

Ensino fundamental completo/incompleto

Ensino médio completo/incompleto

Ensino superior completo/incompleto

Pós graduação (mestrado ou doutorado)

[Objetiva]

[Obrigatória]

18. Antes de entrar na Universidade, sua última instituição de ensino era:

Municipal

Estadual

Privada

[Objetiva]

[Obrigatória]