



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Centro de Educação e Humanidades

Faculdade de Comunicação Social

Patrícia Reis Guimarães

Meu primeiro voto: o eleitor estreante e conectado nas eleições de 2018

Rio de Janeiro

2019

Patrícia Reis Guimarães

Meu primeiro voto: o eleitor estreante e conectado nas eleições de 2018

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Comunicação Social.

Orientador: Profa. Dra. Alessandra Aldé

Rio de Janeiro

2019

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ / REDE SIRIUS / BIBLIOTECA CEH/A

G963 Guimarães, Patrícia Reis.
 Meu primeiro voto: o eleitor estreado e conectado nas eleições de 2018 /
 Patrícia Reis Guimarães. – 2019.
 76 f.

Orientadora: Alessandra Aldé.
Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
Faculdade de Comunicação Social.

1. Comunicação – Teses. 2. Eleições – Teses. 3. Jovens – Teses.. I. Aldé, Alessandra. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Comunicação Social. III. Título.

es

CDU 316.77

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação, desde que citada a fonte.

Assinatura

Data

Patrícia Reis Guimarães

Meu primeiro voto: o eleitor estreante e conectado nas eleições de 2018

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Comunicação Social.

Aprovada em 1 de outubro de 2019.

Banca examinadora:

Profa. Dra. Alessandra Aldé (Orientador)

Faculdade de Comunicação Social – Uerj

Profa. Dra. Mônica Machado

Escola de Comunicação Social – UFRJ

Prof. Dr. Leonardo Marchi

Faculdade de Comunicação Social – Uerj

Rio de Janeiro

2019

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos alunos, pesquisadores, professores e simpatizantes das Ciências Humanas, em especial as Ciências Sociais Aplicadas, no Brasil e no mundo, por contribuir para a reflexão sobre as dinâmicas sociais.

Agradeço aos colegas e professores da área de Comunicação Social a quem tive o prazer de conhecer, debater, ler, assistir aulas, e que contribuíram de alguma maneira para me estimular neste percurso como pesquisadora.

Agradeço aos colegas e PPGCOM da Uerj, por estimular sempre a reflexão e o pensamento questionador.

Agradeço a minha orientadora Alessandra Aldé, que aceitou orientar esta pesquisa e a quem admiro como pesquisadora da área de Comunicação Política.

Agradeço também a meus amigos da AgeRio (Agência Estadual de Fomento), instituição pública do Governo do Estado do Rio de Janeiro, que integro desde 2012 como empregada pública. Todos da equipe de Comunicação e Marketing foram muito compreensivos sobre os horários das minhas aulas no PPGCOM.

E meu muito obrigada à minha família: a minha irmã Carolina Reis Guimarães, ao meu irmão Luiz Fernando Reis Guimarães (falecido em 2015, a quem dedico esta pesquisa), aos meus pais Rita de Cássia Nunes Reis e Fernando Luiz Peixoto Guimarães. Vocês são meu alicerce.

Ao meu companheiro Marcos Bruno Soares da Costa, pelo carinho, atenção, compreensão, estímulo e amor.

E aos nove jovens eleitores estreantes, que com muita generosidade compartilharam a experiência de votar pela primeira vez. Sem eles esta pesquisa não seria possível.

Resumindo, falar sobre voto raramente é falar sobre voto.

(In short, talk about voting is rarely talk about voting.)

Stephan Coleman - How voters feel

RESUMO

GUIMARÃES, Patrícia Reis. *Meu primeiro voto*: O eleitor estreante e conectado nas eleições de 2018. 2019. 76 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019.

O jovem eleitor estreante e conectado é o tema desta pesquisa. Assumindo como recorte o Estado do Rio de Janeiro e a disputa eleitoral de 2018 para cargos do Executivo e do Legislativo, analisamos um grupo de jovens moradores da Região Metropolitana fluminense que votou pela primeira vez e que possui perfis ativos em redes sociais online. Os relatos apresentados por estes jovens são o elemento central desta análise, a fim de compreender seus comportamentos e atitudes em relação ao universo da política, e a influência das redes sociais neste processo. Sendo assim, investigamos de que maneira esses jovens se expressaram, como se sentiram em relação ao primeiro voto e quais os caminhos foram trilhados por eles em um contexto marcado pela multiplicidade de fontes de informação, no âmbito da difusão das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs). Um cenário no qual a convivência, o conflito e a disputa simbólica entre narrativas pode adquirir uma expressiva visibilidade, já que apenas um clique é capaz de disseminar informações em escala global. Um mundo em que é comum o fato de cidadãos como eles serem inseridos na cultura digital conectada desde a infância, ainda que esta inserção seja desigual.

Palavras-chave: Eleições. Jovens. Voto. Redes sociais. Comunicação e política.

ABSTRACT

GUIMARÃES, Patrícia Reis: *My first vote: The first time and connected voter in the 2018 election*. 2019. 76 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019.

The young first time and connected voter is the theme of this research. Assuming as a coverage the State of Rio de Janeiro and the 2018 elections for Executive and Legislative functions, we analyzed a group of young people from the Metropolitan Region of Rio de Janeiro that have voted for their first time. Besides, they have active profiles in online social media. The reports presented by these young people are the central element of this analysis, in order to understand their behaviors and attitudes towards the universe of politics, and the influence of social networks in this process. Thus, we investigate how these young people expressed themselves, how they feel about their first vote, and which steps were taken in their journey, in a context marked by the multiplicity of sources of information in the diffusion of New Information and Communication Technologies (TICs). A scenario in which coexistence, conflict and the symbolic dispute between narratives raise awareness, since only one click can disseminate information on a global scale. A world in which it is common for citizens like them being part of the digital culture connected since childhood, although this is an unequal scenario.

Key-words: Elections. Young people. Voters. social media. Communication and politics.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Acesso à internet no mundo em janeiro 2019.....	19
Figura 2 - Crescimento do acesso à internet no mundo em janeiro de 2019.....	20
Figura 3 - Acesso à internet no Brasil em janeiro de 2019.....	20
Figura 4 - Redes sociais mais utilizadas no Brasil.	21
Figura 5 – População brasileira por faixa etária.	32
Figura 6 – Projeção da população brasileira por faixa etária, em 2030.....	33

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1 COMUNICAÇÃO POLÍTICA NA WEB	16
1.1 Comunicação e política na web – um breve panorama	16
1.2 Redes sociais online	18
1.3 Dinâmicas e atividades políticas na web	22
1.3.1 <u>Discussão política online</u>	22
1.3.2 <u>Micro atos de participação</u>	24
1.3.3 <u>Fake News</u>	26
1.4 Fluxo de informações: algoritmos e sistemas de recomendação	28
2 JUVENTUDE E POLÍTICA.....	32
2.1 Conceituando juventude.....	32
2.2 Juventude e política no cenário contemporâneo	35
3 MEU PRIMEIRO VOTO	38
3.1 Leitura de How Voters Feel	38
3.2 Elementos metodológicos.....	43
3.3 Perfil dos jovens	45
3.4 Resultados da pesquisa exploratória	46
3.4.1 <u>Política no cotidiano dos jovens - valores e percepções</u>	46
3.4.2 <u>Juventude, consumo de mídia e uso de redes sociais</u>	49
3.4.3 <u>Jovens e política nas redes sociais</u>	52
3.5 Resultados das entrevistas em profundidade	56
3.5.1 <u>Micro atos de exposição política</u>	57
3.5.2 <u>A lógica dos sistemas de recomendação na política</u>	59
3.5.3 <u>Como se sentem os jovens eleitores? - Os afetos mobilizados nas eleições</u>	62
3.6 Meu primeiro voto: eleitores conectados nas eleições de 2018.....	65
CONSIDERAÇÕES FINAIS	68
REFERÊNCIAS	70
ANEXO A - Pesquisa exploratória.....	74
ANEXO B – Entrevista presencial	75
ANEXO C - Termo de consentimento	76

INTRODUÇÃO

“As pessoas estão muito fanáticas e loucas nesta votação.” “Tive que silenciar o grupo de Whatsapp da família, porque virou um grupo de política.” “Recebi até resposta de um candidato no *chat* da *live* do Instagram.” Tais fragmentos de fala foram extraídos das entrevistas feitas com dos três jovens participantes desta pesquisa, intitulada “Meu primeiro voto: O eleitor estreante e conectado nas eleições de 2018”. Ao longo de nosso percurso, procuramos investigar a estreia da participação de um grupo de jovens na cena democrática brasileira como cidadãos, através do voto, em um cenário de conexão constante à internet.

Sendo assim, nosso objeto foi constituído por nove estudantes, de 17 a 19 anos, moradores da Região Metropolitana do Rio de Janeiro, detentores de perfis ativos em redes sociais online e que votaram pela primeira vez nas eleições de 2018. Os relatos apresentados por eles são o elemento central da análise, em que buscamos responder a seguinte pergunta: Em um cenário de conexão constante e de disseminação do uso de redes sociais no cotidiano das pessoas, sob quais condições se deu o primeiro voto de um grupo de jovens eleitores do Rio de Janeiro?

Em nossa trajetória, investigamos como os jovens eleitores se expressaram, o que sentiram e de que maneira elaboraram as informações a partir de suas relações interpessoais e da comunicação mediada, especialmente em redes sociais online, na perspectiva particular das eleições de 2018. Isto em um contexto geral marcado pela multiplicidade de fontes de informação, no âmbito da difusão das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), no qual eles estão fixados desde a infância.

E por que delimitamos nosso filtro em jovens que votaram pela primeira vez? Consideramos que seria instigante explorar as nuances envolvidas em uma atividade que marca o início da participação cidadã na esfera democrática do país, do ponto de vista formal, que é justamente o voto para eleger ocupantes de cargos públicos. Em um regime republicano de democracia representativa como o brasileiro, o voto é um dos principais instrumentos de exercício da cidadania, a partir do qual o cidadão transfere poder a seus representantes.

Facultativo entre 16 e 18 anos e obrigatório a partir dos 18, no Brasil o voto foi se consolidando desde a Independência do país, em 1822, quando se adotou um sistema de voto censitário e indireto. Somente na década de 1930, com a Constituição de 1932 da Era Vargas, o voto passou a ser secreto, e as mulheres adquiriram o direito de votar. Entretanto, posteriormente o país viveu dois regimes de exceção, o Estado Novo (1937 a 1945) e o Regime Militar (1964 a 1989), marcados por restrições ao voto. Mais recentemente, a Constituição de

1988 conferiu a esta prática uma dimensão de direito, estabelecendo o voto direto, secreto, obrigatório para maiores de 18 anos e menores de 70, e com igual valor para todos os indivíduos (universal). Além disso, naquele ano os analfabetos conquistaram o direito de votar.¹

No pleito de 2018, estavam em disputa eleitoral os cargos de presidente da República, governador, senador (dois por estado), deputado federal e deputado estadual. O Rio de Janeiro apresentou o registro de 12.409.201 eleitores (10% de votantes no país), entre os quais havia o número de 52.743 jovens com 16 e 17 anos (0,42% do total), para quem o voto era então facultativo, e 572.769 de jovens na faixa de 18 a 20 anos (4,61%)².

Considerando as eleições para cargos do Executivo e do Legislativo federal e estadual, os percentuais de voto facultativo no Brasil e no Rio de Janeiro vêm oscilando ao longo do tempo. A porcentagem do eleitorado na faixa de 16 e 17 anos em 2018 equivaleu a 1,61% do total registrado (144 milhões de eleitores votantes). Em 2014, os eleitores neste segmento etário representavam 1,15% do eleitorado, e em 2010 eles correspondiam a 1,76%³. No Rio de Janeiro, tais percentuais foram mais baixos que as médias nacionais, e também apresentaram oscilações, sendo 0,42% em 2018; 0,62% em 2014; e 0,88% em 2010⁴.

Acrescentamos que as eleições de 2018 desenrolaram-se em um momento político com passado recente conturbado e conflituoso: as manifestações de junho de 2013, conjunto de protestos de rua articulados a partir de mobilizações iniciadas em redes sociais, que ocorreram em todo país e tiveram os jovens como protagonistas; a controversa Operação Lava Jato, série de investigações da Polícia Federal sobre esquemas de corrupção envolvendo políticos e dirigentes da Petrobras, que vem sendo questionada em relação a seus métodos, e o processo de *impeachment* da então presidente da República Dilma Rousseff, em 2016, são exemplos de acontecimentos políticos que afetaram a população de todo país no contexto atual, e que tiveram uma ampla repercussão midiática. Tais eventos desencadearam contestações e descrenças por parte da sociedade civil, assim como originaram novas articulações e movimentações acerca do tema da política.

No Rio de Janeiro, verifica-se um agravamento desta conjuntura. No ano de 2018 o estado ainda sentia os efeitos de uma crise econômica e política, que se tornou emblemática a partir de fatos como o não pagamento de salários de servidores durante meses, pela queda na arrecadação dos cofres públicos, amplamente afetada pela diminuição do preço do barril de

¹ Fonte: Justiça Eleitoral e Câmara dos Deputados.

² Fonte: Tribunal Superior Eleitoral.

³ Fonte: Tribunal Superior Eleitoral.

⁴ Fonte: Tribunal Superior Eleitoral.

petróleo em âmbito internacional, pelas prisões do ex-governador do Rio de Janeiro, Sérgio Cabral, e do ex-presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha (eleito pelo Rio de Janeiro), ambos condenados por corrupção pela Operação Lava Jato, além do assassinato da vereadora Marielle Franco, em março de 2018, e da intervenção federal na segurança pública em fins daquele ano. Tais acontecimentos antecederam as eleições de 2018 e podem ter contribuído para as decisões sobre o voto.

Vale destacar que uma eleição é um momento ímpar com relação à circulação da informação sobre política. Nas semanas anteriores e posteriores às disputas, este tema passa a ser discutido de maneira mais expressiva, agenciando a cobertura midiática, com a divulgação de propostas de governo, perfis de candidatos e debates entre adversários, bem como a veiculação constante de pesquisas de intenção de voto. Durante as competições eleitorais, os próprios políticos adquirem mais visibilidade através da propaganda eleitoral em diferentes meios de comunicação, de debates televisivos, em programas de rádio e em diferentes plataformas de internet.

Tratando especificamente da internet em períodos eleitorais, as dinâmicas de informação que perpassam o virtual vêm assumindo um peso crescente em eleições. No artigo “*Politics 2.0: A campanha online de Barack Obama em 2008*”, (GOMES et al., 2009) já se verifica que, naquele contexto, 25% dos usuários de internet nos Estados Unidos acessavam à web para se informar sobre política uma vez por semana, e que começavam a despontar como fenômenos no cenário da comunicação política as atividades de baixar e assistir vídeos online, e de usar redes sociais para discutir sobre política⁵. Nesse artigo, Gomes (2009) faz ainda a seguinte observação: “Correndo por fora, mas aparecendo também pela primeira vez nas sondagens, registra-se o fenômeno da recepção, do repasse e do envio de mensagens de texto por telefonia celular”⁶.

Transcorridos alguns anos, no pleito do Brasil de 2018, um levantamento do Instituto Datafolha às vésperas das eleições do primeiro turno, realizado com 3.240 eleitores de 16 anos ou mais, em 225 municípios brasileiros, indicou que 68% dos eleitores tinham um perfil ou conta em alguma rede social, índice que se verificou consideravelmente maior entre os mais jovens (93%), entre os mais instruídos (94%) e entre os mais ricos (92%). O Whatsapp foi apontado como rede social mais usada, com um percentual de 66% dos respondentes presentes

⁵ Segundo o relatório “*The Internet and the 2008 Election*” do Pew Research Center (GOMES et al., 2008)

⁶ GOMES, W.; FERNANDES, B.; REIS, L.; SILVA, T. “*Politics 2.0*” a campanha online de Barack Obama em 2008. In: Revista de Sociologia Política, Curitiba, v. 17, n. 34, On-line version ISSN 1678-9873. Disponível em <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-44782009000300004>.

na plataforma. Além disso, os eleitores do então candidato e posteriormente eleito presidente Jair Bolsonaro eram os que mais acessavam notícias sobre política em redes sociais – 57% no Whatsapp e 61% no Facebook.⁷

Vale acrescentar que, no cenário contemporâneo, o clima em relação a um acontecimento político pode ser medido através da observação da presença deste tema nas redes sociais, o que implica pensar em tais redes como uma espécie de termômetro acerca do panorama político de determinada região, indicando os eventos que têm sido tratados com mais relevância pela sociedade. (MARGETTS et al., 2015).

Esses sites tornam possível a conexão entre pessoas que compartilham interesses, atravessando fronteiras políticas, econômicas e geográficas, e até mesmo em países com baixas taxas de penetração da internet. Os sites de relacionamento social se tornaram uma arena popular de atividade política. A mídia atribui em particular ao Facebook um papel proeminente na Revolução do Egito em 2011, apesar de o país ocupar a 21ª posição no ranking mundial de uso do Facebook, com 12 milhões de usuários inscritos na rede social até 2012. Em uma pesquisa com 10 milhões de usuários sobre nações árabes em 2012 mostrou que o Facebook era a terceira mais popular fonte de notícias, atrás das redes de TV AL Jazeera e Al Arabiya. (MARGETTS et al., 2015, p. 45.)⁸

Nesse sentido, nossa proposta é investigar as dimensões do primeiro voto, em meio à difusão de tecnologias digitais online, a fim de compreender como os jovens vivenciaram o tema “política” neste contexto, e assim promover uma reflexão sobre novos modos de se relacionar e de agir politicamente na contemporaneidade. Para isto, dividimos o estudo em três capítulos, abarcando tópicos concernentes à comunicação e política na perspectiva deste cenário de conexão, e aos significados de juventude e suas relações com o sistema político. Descrevemos também o percurso metodológico traçado, os achados obtidos por meio dos jovens eleitores estreantes e conectados, bem como as conclusões alcançadas.

Sendo assim, o **Capítulo 1 – Comunicação Política na Web** discorre sobre a circulação da informação política em redes digitais, promovendo inicialmente um breve panorama do assunto, em que partimos da premissa de “mídia incorporada”, explicada por Hine (2015, p.12) como dinâmica característica da sociedade contemporânea conectada à internet, em que as fronteiras entre ambientes online e off-line foram diluídas.

⁷ Fonte: Datafolha.

⁸ Tradução livre do trecho: “These sites make it possible to connect people who share interests across political, economic, and geographical borders, and as such even in countries with lower rates of Internet penetration, social networking sites have become a popular arena for political activity. Facebook in particular was credit by the media with Egypt ranked twenty-first globally in Facebook usage with twelve million subscribed users of the site by 2012. A large-scale survey of ten Thousand respondents across Arab nations in 2012 showed Facebook as the third most popular news source, behind the Arab television networks Al Jazeera and Al Arabiya.” (MARGETTS et al., 2015, p. 45).

Na sequência, apresentamos conceitos e fenômenos pertinentes à pesquisa, a fim de nos auxiliar na compreensão das informações transmitidas pelos jovens: a definição de redes sociais online, desenvolvida por Assunção, Aldé, Santos e Freire (2015) como interfaces públicas ou semipúblicas formadas por grupos de pessoas ou organizações em plataformas de internet, em que são produzidas representações individualizadas visíveis aos demais integrantes desses sistemas, de diferentes maneiras e de acordo com distintos graus de exposição; a prática da discussão política online que, de acordo com Graham (2015), envolve a troca de mensagens sobre assuntos relativos à política em plataformas de internet, havendo particularidades tais como o agrupamento de pessoas em torno de interesses e afinidades comuns, e a exposição a visões de mundo antagônicas.

Abordamos também os micro atos de participação política propostos por Margetts, John, Hale e Yasseri (2015) como ações breves, rápidas e individuais que isoladamente não têm força para provocar algum impacto nas dinâmicas sociais, porém, somados, podem adquirir alcance e gerar efeitos na arena pública. Abrangemos ainda múltiplas nuances contidas na disseminação de fake news segundo Tandoc Jr., Lim e Ling (2017), e Bakir e MacStay (2017), como mensagens com elementos falsos e fictícios facilmente propagadas pela internet. Para finalizar, falamos sobre a dinâmica do fluxo informacional na web, destacando o funcionamento dos algoritmos Big Data e sistemas de recomendação, tal como retratam Arvidsson (2016) e O’Neil (2016).

No **Capítulo 2 - Juventude e política**, buscamos refletir sobre o que significa ser jovem na sociedade contemporânea brasileira, amparando-nos em perspectivas distintas elaboradas no âmbito das ciências sociais aplicadas. O intuito foi reunir subsídio para a análise dos depoimentos dos jovens eleitores conectados. Recorremos à compilação de abordagens proposta por Toaldo e Jacks (2014), notadamente as análises de Bourdieu (1990 apud TOALDO; JACKS, 2014), para quem os limites entre a juventude e outras faixas etárias são arbitrários, havendo diferenças ditadas por características como classe social e região de origem do indivíduo; de Margulis e Urresti (2008 apud TOALDO; JACKS, 2014), que consideram os jovens como efeito de uma articulação entre os elementos “idade”, “geração”, “classe social”, “gênero” e “condição familiar”; e de Pappámikail (2012 apud TOALDO; JACKS, 2014), que sugere uma combinação das noções de autonomia, dependência e liberdade para entender o sentido de “juventudes”, no plural, tendo em vista que esta palavra pode assumir significados diversos, livres de uma delimitação etária.

Em seguida, a fim de pensar sobre os discursos a respeito dos jovens na sociedade brasileira e suas relações com o universo da política, recorremos a Machado (2011) e Gohn

(2018). Para a primeira autora, as leituras sobre juventude no universo contemporâneo do país se relacionam ao modelo de sujeito formado no mundo ocidental pós Segunda Guerra Mundial, período em que uma moral conservadora e patriarcal é substituída paulatinamente pelo individualismo, a racionalidade, a liberdade e a propriedade privada, todos estes ideais do liberalismo. Nesta conjuntura, adquirem perspectiva o entretenimento, o hedonismo e a vaidade, os jovens passam a ser tratados como mercado consumidor sob a ótica desses valores, e suas relações com o universo da política também são atravessados por eles. Gohn (2018) demonstra que, ao protagonizarem os protestos de junho de 2013 e o movimento de ocupações das escolas, em 2015 e 2016, ambos realizados em todo o país, alguns extratos da população jovem vêm desempenhando papel ativo na cena política brasileira.

No **Capítulo 3 - Meu primeiro voto** realizamos uma leitura da obra *How Voters Feel*, do britânico Stephan Coleman (2013), à procura de inspiração para compreender as questões levantadas. A obra é o resultado de uma pesquisa qualitativa desenvolvida com eleitores e não eleitores britânicos, em busca de interpretar os sentidos contidos no ato de votar, em um sistema democrático. Para Coleman (2013), constituir-se como eleitor em uma democracia envolve fatores antagônicos, como o despertar de afetos e afinidades, e o surgimento de incompatibilidades e desacordos. De acordo com o cientista político (2013), os eleitores estabelecem vínculos com recursos de memória pessoais e culturais, e os elementos afetivos são essenciais neste processo.

Mais adiante, explicitamos os procedimentos metodológicos, com base na perspectiva qualitativa que, segundo Weiss (1995), possibilita obter relatos mais completos e elaborados, sendo a entrevista em profundidade escolhida como principal instrumento de coleta de dados.

Seguimos então com a apresentação do perfil dos jovens e os resultados da fase exploratória, a partir de três eixos temáticos: “Política no cotidiano dos jovens - valores e percepções”; “Juventude, consumo de mídia e uso de redes sociais” e “Jovens e política nas redes sociais”. Posteriormente, examinamos as descobertas feitas nas entrevistas qualitativas, nos itens “Micro atos de exposição política”; “A lógica dos sistemas de recomendação na política”, e “Como se sentem os jovens eleitores? - Os afetos mobilizados nas eleições”. No desfecho, realizamos uma exposição de maneira analítica e interpretativa dos relatos dos jovens, com as conclusões obtidas.

Nas **Considerações finais** finalizamos o estudo, recapitulando as questões investigadas e amplificando os resultados, buscando assim ampliar a discussão acerca das dinâmicas socioculturais que se verificam na conjuntura de disseminação de novas tecnologias de comunicação. Esperamos, dessa forma, contribuir para a geração de conhecimento a respeito

das articulações entre as ações e comportamentos de indivíduos e grupos associados a modelos digitais neste final de segunda década do século XXI.

1 COMUNICAÇÃO POLÍTICA NA WEB

Este capítulo apresenta assuntos relacionados à comunicação política na web que são pertinentes à nossa pesquisa. A fim de introduzir a discussão, situando-nos no campo de estudos da Comunicação Social, iniciamos com um breve panorama do tema. Em seguida, abordamos os significados de redes sociais online, já que o uso dessas plataformas pelos jovens, no contexto eleitoral, é um dos motes do trabalho. Depois disso, no tópico “Dinâmicas e atividades políticas na web”, apresentamos os fenômenos da discussão política online, dos micro atos de participação e das fake news, muito presentes nas trocas de mensagens sobre comunicação política, especialmente em períodos eleitorais. Finalizamos com o item “Fluxo de informações na web”, que discorre de maneira sucinta sobre algoritmos, Big Data e sistemas de recomendação, por serem temas representativos do cenário de conexão em que nos encontramos.

1.1 Comunicação e política na web – um breve panorama

Já se tornou lugar comum mencionar a popularização e a intensidade do uso da internet como fatores característicos da sociedade contemporânea. Longe de nos apoiarmos em uma perspectiva determinista, pressupondo que a web impulsiona uma evolução positiva das estruturas sociais, de fato podemos considerar que as redes digitais, associadas à utilização de tecnologias móveis, estão presentes de maneira expressiva em nosso cotidiano, modificando as formas de sociabilidade em tempos atuais. Nesta era de intensa conexão em que vivemos, não há mais que se falar em mundos online e off line, como espaços estanques, já que estes ambientes se entrelaçam em nosso dia a dia, formando “complexos híbridos” (HINE, 2016, p. 12).

Quando nos referimos ao uso de ferramentas da internet, estamos abrangendo tanto a utilização de suportes tecnológicos, como computadores e smartphones, quanto o acesso a ambientes online – sites, blogs, aplicativos e redes sociais. Entendemos que esta conjuntura cria novas linguagens e formas de interação social, e promove transposições, adaptações de modelos anteriores e inovações na forma de se relacionar na sociedade. Pensando especificamente em comunicação política, tal panorama transforma a circulação da informação em diferentes sistemas de governo, ainda que de maneira variável, potencializando a diversificação de fontes produtoras e difusoras de conteúdo, reduzindo o controle daquilo que é veiculado e introduzindo

diferentes arranjos entre governantes e governados, e entre representantes e representados. (COLEMAN; BLUMLER, 2009; MARQUES, 2009; AGGIO, 2010).

Podemos citar ainda como elementos que constituem a comunicação política no ambiente conectado do século XXI o aumento da diversidade e da complexidade dos fluxos de informação, e também uma maior variedade de mensagens produzidas, oriundas de diferentes localidades geográficas, plataformas e aparatos tecnológicos, quadro que difere do contexto de predominância da transmissão e geração de conteúdo quase exclusivamente por veículos tradicionais de massa, como rádios e canais de TV, no século XX. Em paralelo, neste novo panorama os cidadãos, apesar de expostos a uma quantidade expressiva de informações fragmentadas, têm mais chances de se posicionar politicamente e de fiscalizar ações promovidas pelos governos (COLEMAN; BLUMLER, 2009).

Entretanto, não podemos ignorar que as ditas oportunidades de uso de recursos em atividades relacionadas à comunicação política geradas pela disseminação das TIC podem ser limitadas pela presença significativa de discursos e fontes convencionais e de elites econômicas e políticas no comando de grandes corporações como Google, Amazon e Facebook, que disponibilizam ferramentas e suportes tecnológicos e detêm poder ao captar constantemente dados dos usuários.

A gama de lentes através das quais certas dinâmicas de poder podem ser observadas, desde o nível mais local ao mais global, certamente é mais ampla do que já foi na época em que jornais de abrangência nacional e emissoras exerciam um controle estrito sobre a agenda noticiosa. Mas a tendência majoritária é que as já estabelecidas vozes dos meios de massa e das elites políticas continuem a ser dominantes no mundo online, pelo menos em termos do número de pessoas alcançadas. (COLEMAN; BLUMMER, 2017, p. 23).

Diante do predomínio e continuidade de grandes corporações econômicas e de grupos políticos na internet, Aldé se refere à presença significativa de “velhas formas de fazer política” (2011, p. 27) nas redes digitais online, uma herança das estruturas massivas do rádio e da TV, que convivem neste momento com a web, intercalando modelos, mas mantendo sua fórmula conservadora.

À medida que absorviam a novidade, as pesquisas passaram a apontar também os elementos de continuidade e adequação da Internet às “velhas formas” de se fazer política, o que vem sendo chamado por alguns de normalização: a colonização do novo meio, com seu potencial tecnológico, pelas estruturas políticas e econômicas predominantes, reforçando de forma conservadora aspectos da comunicação de massa que não necessariamente concretizam o potencial da rede para a democracia. (ALDÉ, 2011, p. 27).

À vista disto, inferimos que a internet incrementa a possibilidade de haver mais vozes e uma maior circulação da informação política, e até mesmo as comunicações entre os próprios

usuários, porém há que se fazer ponderações acerca deste cenário. Sendo os ambientes online criados e administrados de forma preponderante por grandes corporações, é preciso ter em mente as limitações democráticas desses meios. Logo, as oportunidades de ação mediada em termos de política existem e são maiores, quando comparadas às estruturas do rádio e da TV, porém há barreiras quanto à participação dos cidadãos.

1.2 Redes sociais online

Com ampla utilização cotidiana por bilhões de usuários em todo o mundo, as redes sociais online se diferenciam de outras ferramentas de comunicação mediada digital por favorecerem em sua estrutura a conexão entre os atores e por ampliarem a visibilidade das mensagens. Tais plataformas são ambientes que possibilitam a criação de um perfil pessoal, que passa a integrar um sistema limitado de usuários, tornando-se público ou semipúblico ao ser inserido neste conjunto (BOYD; ELLISON, 2008, apud ASSUNÇÃO et al., 2015). Estes perfis são representações personalizadas de indivíduos ou organizações que se vinculam a outros membros da rede, e assim passam a ter acesso a publicações produzidas em outras páginas, que não necessariamente estejam vinculadas àquele perfil, o que amplia o potencial de propagação de mensagens de usuário para usuário e cria novas dinâmicas em diversas áreas – a comunicação política é uma delas. Por conseguinte, os sites de redes sociais se caracterizam por viabilizar e estimular interações entre usuários, permitindo que eles acessem as conexões uns dos outros, promovendo um maior alcance das postagens (ASSUNÇÃO et al., 2015).

Boa parte dos sites de redes sociais é acessível por sites de busca, e a quantidade de informações disponíveis varia conforme a descrição do usuário. Por exemplo, um internauta que procure informações sobre um determinado candidato digitando seu nome no Google, atualmente o site de busca mais utilizado, provavelmente vai encontrar dentro da primeira página um link para o perfil do Twitter ou Facebook desse político, ou de apoiadores. (ASSUNÇÃO et al., 2015, p.19).

Esta dinâmica de criação de perfis pessoais estimula os usuários a fornecerem informações como nome, idade, sexo, interesses e escolaridade, por exemplo. Além disso, à medida que interagem com postagens alheias e compartilham suas próprias publicações, os indivíduos fornecem mais dados sobre si mesmos, manifestando gostos, desgostos, opiniões, hábitos, histórias de vida, entre outros, o que favorece a capitalização das redes sociais por meio de investimentos em publicidade segmentada.

Para ilustrar o alcance dessas redes nos dias de hoje, apresentamos dados do Relatório Digital 2019⁹ sobre consumo de internet e redes sociais em 193 países, elaborado pelas empresas We Are Social (Reino Unido) e Hootsuite (Estados Unidos), a partir de informações da ONU (Organização das Nações Unidas) e com base na mineração de dados feitas pelas empresas Global Web Index, GSMA Intelligence, Statista, Locowise, App Annie e Similar WebTal, conforme descrição do documento. O relatório aponta que existem atualmente 4,5 bilhões de usuários de internet no mundo, o que equivale a 57% da população do planeta. Deste total, há 3,4 bilhões de usuários com perfis em redes sociais, representando uma penetração de 45%, conforme imagem abaixo:

Figura 1 - Acesso à internet no mundo em janeiro 2019.



Fonte: relatório we are social/ hootsuite, 2019.

O Relatório Digital 2019 indica ainda que o percentual de usuários de internet em todo mundo aumentou em 9,1% pontos percentuais, entre janeiro de 2018 e janeiro de 2019, e o mesmo ocorreu com usuários ativos em redes sociais, que apresentou crescimento de nove pontos percentuais, de acordo com a imagem a seguir:

⁹ Disponível em <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>.

Figura 2 - Crescimento do acesso à internet no mundo em janeiro de 2019.



Fonte: Relatório We Are Social/ Hootsuite, 2019.

No Brasil, o relatório revelou um percentual ainda mais alto (7,7% maior) de usuários ativos em de redes sociais em relação à média dos demais países. São 66% de usuários, o que corresponde a 140 milhões de perfis, conforme a imagem:

Figura 3 - Acesso à internet no Brasil em janeiro de 2019.

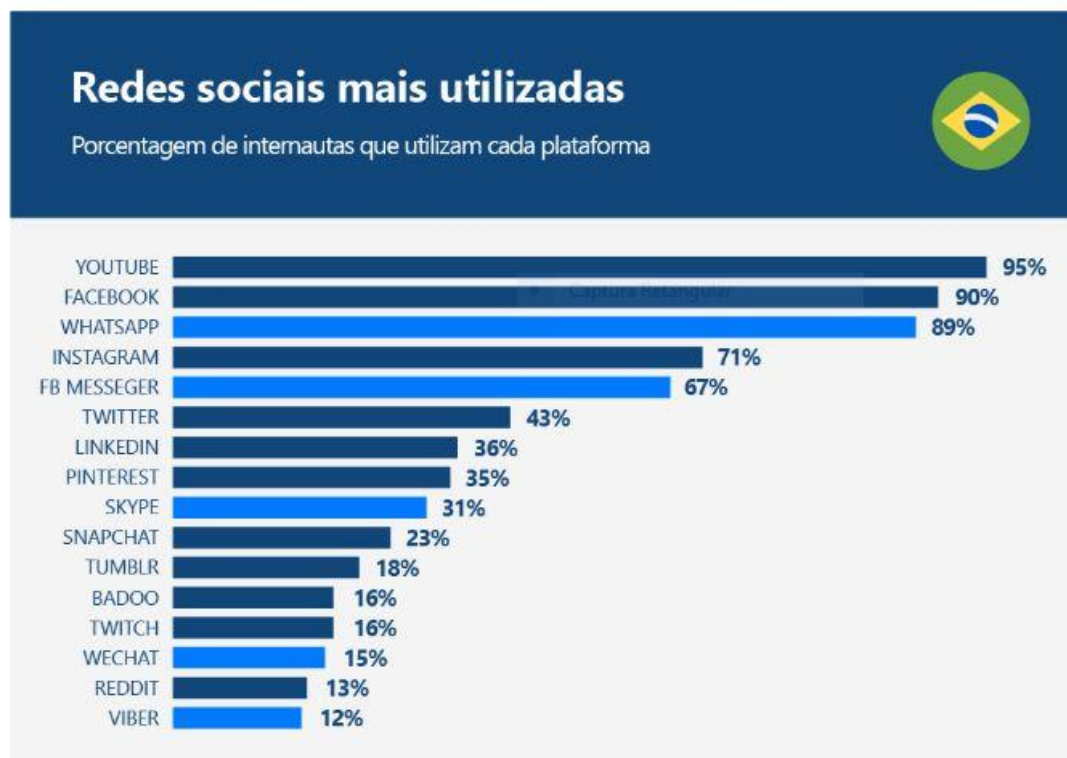


Fonte: Relatório We Are Social/ Hootsuite, 2019.

Também segundo mostra o Relatório Digital 2019, os brasileiros acessam à web diariamente por 9 horas e 29 minutos (a média global é de 6 horas e 42 minutos), e a média

diária de tempo gasto em redes sociais pelos brasileiros, em qualquer dispositivo, correspondente a 3 horas e 34 minutos. A pesquisa menciona a porcentagem de internautas que utilizam cada plataforma, no país: As cinco mais populares são YouTube (95%), Facebook (90%), Whatsapp (89%), Instagram (71%) e Facebook Messenger (67%).¹⁰ A imagem abaixo demonstra todos os percentuais:

Figura 4 - Redes sociais mais utilizadas no Brasil.



Fonte: Relatório We Are Social/ Hootsuite, 2019.

Contribuindo para o desenho deste cenário, apresentamos outro estudo que sugere dados semelhantes sobre internet e redes sociais no Brasil. A 13ª Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros (TIC-Domicílios 2017)¹¹, divulgada em julho de 2018, aponta que existem 120,7 milhões de brasileiros usuários, o que corresponde a 67% da população, um aumento de seis pontos percentuais em relação a 2016 (61%). Entre os jovens, o consumo de internet é ainda maior: 96% dos respondentes entre 16 e 24 anos disseram já ter acessado algum ambiente online pelo menos uma vez. Esta

¹⁰ Disponível em <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>.

¹¹ O estudo, elaborado por meio do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), é realizado anualmente desde 2005 e possui abrangência nacional. A coleta de dados foi feita em mais de 350 municípios, envolvendo 23.592 entrevistas face a face com cidadãos de 10 anos ou mais. Os indicadores consideram como usuário aquele que utilizou a rede mundial de computadores pelo menos uma vez dentro de três meses da coleta de dados. Os resultados constam em <http://data.cetic.br/cetic/>. Acessado em 28/07/18.

porcentagem é de 89% entre os entrevistados de 10 a 15 anos; de 92% na faixa de 25 a 34 anos; de 83% entre 35 a 44 anos; de 61% entre 45 a 59 anos; e de 28% para aqueles com 60 anos ou mais.

O estudo revela ainda outros dados pertinentes ao nosso trabalho: 87% dos entrevistados afirmaram que acessam à internet diariamente. A primeira atividade mais praticada na web é o envio de mensagens (90%), seguida pelo uso de redes sociais (77%), e pelo acesso a vídeos e músicas online (71%). As duas primeiras práticas são intimamente relacionadas à nossa pesquisa, e o fato de o envio de mensagens estar em primeiro lugar ilustra a importância que o Whatsapp ganhou nos últimos tempos, o que foi pontuado pelos jovens em todas as entrevistas, conforme abordaremos mais adiante.

1.3 Dinâmicas e atividades políticas na web

Neste item, apresentamos três dinâmicas que se verificam constantemente na comunicação política conectada e que julgamos serem aderentes a esta pesquisa: os fenômenos da discussão política online, os micro atos de participação e as fake news.

1.3.1 Discussão política online

A prática da discussão política online, também conhecida pelas expressões “*political talk*”, “*political conversation*”, “*everyday political talk*” (GRAHAM, 2015), é observada em diferentes plataformas web, tais como e-mails, sites, blogs e redes sociais. Marques e Maia (2008) definem a discussão política online como troca argumentativa sobre temas de relevância pública mediada em ambientes digitais, com possibilidade de debate entre usuários. Vale destacar que tais práticas abrangem uma série de recursos e singularidades, como manifestações de sentimentos de emoção e rudeza, interrupções, perguntas, relatos de histórias pessoais, pausas, além do uso de imagens, vídeos e memes¹².

De acordo com Graham (2015, p. 247 a 263), a discussão política online é uma atividade que transcorre em plataformas de internet, tendo como principal característica as trocas de mensagens sobre política na web. Esta prática permite aos cidadãos se informarem de forma

¹² Manifestação cultural, que se popularizou na internet. Consiste em mensagens contendo ideias, brincadeiras, jogos, piadas ou descrição de comportamentos que se propagam por meio de sua replicação de forma viral. Por vezes, são caracterizados pela repetição de um modelo formal básico, manifestando-se através de vídeos, frases, hashtags, foto-legendas, tirinhas, etc. (FONTANELLA, 2009; HORTA, 2015).

ágil sobre a agenda política, e se inserirem em pautas que estejam em voga no momento, com uma potência de visibilidade jamais observada. (GRAHAM, 2015).

Vale notar que a discussão política online se manifesta por meio de debates, pela expressão de opiniões, através de alguma ação do indivíduo em mecanismos de participação como consultas públicas e pedidos de acesso à informação. (GRAHAM, 2015). Tais atividades geram novas interpretações por parte dos cidadãos usuários, e ainda servem como subsídio em momentos de deliberação, como o voto. (GRAHAM, 2015). Destacamos que, quando realizadas em redes sociais, o alcance das discussões é ampliado de forma significativa, pois as postagens se tornam dispostas publicamente para um grande volume de pessoas, podendo haver uma maior troca de mensagens e de atores interagindo, e, portanto, de ressignificações sobre o tema. Logo, o potencial de visibilidade e viralização das redes sociais amplificam as discussões políticas online (GRAHAM, 2015).

Ainda nos apoiando em Graham (2015, p. 247-263), descreveremos adiante três fenômenos que estão inseridos no escopo da discussão política online e que foram identificados em diversos momentos ao longo das entrevistas realizadas nesta pesquisa. São eles a discordância política (ou “*political disagreement*”), a exposição seletiva e a exposição inadvertida.

A discordância política é uma prática inerente à própria natureza da democracia, pois este regime é fundado no confronto de pontos de vista entre cidadãos (GRAHAM, 2015). Entretanto, a exposição de desacordos e opiniões contrárias em ambientes digitais, em que cidadãos e instituições se manifestam publicamente como agentes políticos em constante interação, assume proporções singulares, especialmente nas redes sociais. (GRAHAM, 2015).

Como os usuários se mantêm conectados de forma perene nesses ambientes e suas intervenções (ou as intervenções alheias) permanecem à mostra, os conflitos e embates entre amigos, grupos de interesses comuns, ou entre usuários que não possuem laços significativos, potencialmente conseguem assumir grandes proporções. Estes fenômenos foram amplamente vivenciados por usuários de redes sociais online em períodos eleitorais, como neste ano de 2018, conforme os relatos dos jovens eleitores que serão apresentados mais adiante. “Textões” publicados no Facebook, seguidos de dezenas de comentários confrontadores, bem como desavenças em grupos de Whatsapp, e as subsequentes exclusões de grupos, são alguns exemplos mencionados pelos jovens como consequências da discordância política em ambientes online.

O segundo fenômeno apresentado por Graham (2015) é a exposição seletiva, que se observa quando pessoas que pensam de forma semelhante agrupam-se entre si, na medida em

que escolhem estar conectadas a grupos com os quais possuem afinidades ideológicas, criando redes homogêneas (“*like-minded*”), e assim permanecendo alheias a posicionamentos políticos diferentes dos seus. Bennett e Entman (2000) apontam este fenômeno em investigações sobre discussão política com cidadãos americanos e ingleses, verificando que os debates tendiam a ocorrer entre pessoas com afinidades de posicionamento, o que indicava uma tendência dos pesquisados a permanecerem em redes homogêneas de discussão, as chamadas “bolhas”, sendo seletivos quanto à exposição a pensamentos diferentes. Pariser (2012) chama atenção para o fato de as bolhas serem formadas não tanto por movimentos intencionais dos indivíduos, mas por sistemas de recomendação baseados em códigos algorítmicos definidos em sites de internet como Google, Facebook e Amazon, na tentativa de ofertar conteúdo personalizado ao usuário. Dessa maneira, não seria tanto uma ação do internauta de isolamento junto a seus pares, mas um fluxo estabelecido pelas plataformas online de recomendação de mensagens que têm mais chances de agradar determinado indivíduo, segundo interesses e desejos pessoais. Tal dinâmica será explorada no item “1.4”.

O terceiro fenômeno, denominado “exposição inadvertida”, é um contraponto à exposição seletiva. Segundo Brundidge (2010), a exposição inadvertida acontece quando o indivíduo se depara com posicionamentos políticos diferentes do seu próprio, de forma não intencional. Apesar de a tendência à formação de grupos homogêneos e à interposição de barreiras sociais, os usuários de redes sociais em geral estão expostos inevitavelmente a algum tipo de conteúdo dissonante (BRUNDIDGE, 2010). Todos os jovens entrevistados mencionaram ter vivido este tipo de exposição.

Nesse sentido, inferimos que é quase impossível para o usuário comum de uma rede de relacionamento na web permanecer alheio a manifestações deste tipo de prática, ainda que ele não participe ativamente da discussão em si.

1.3.2 Micro atos de participação

Dando continuidade à apresentação de ações e atividades políticas que se configuram em plataformas de internet, abordamos o conceito de “” desenvolvido por Margetts e colaboradores (2015), que consistem em um conjunto de fenômenos relacionados à participação política e que foram viabilizados aproximadamente a partir do ano de 2005, devido à disseminação do uso de redes sociais em escala global.

De acordo com Margetts e colaboradores (2015), os primeiros anos a partir do advento da internet são marcados por interações mediadas, que promoveram vantagens potenciais tanto

para grandes quanto para pequenos grupos, e facilitaram a emergência de novas formas de organização baseadas em configurações inovadoras. (MARGETTS, 2015). Entretanto, do ponto de vista individual, as oportunidades de participação política disponíveis ainda seguiam fluxos unidirecionais. Os usuários passaram a conseguir obter um maior número de informações políticas – amplamente disponibilizadas pelas organizações –, a integrar grupos e doar quantias via web, por exemplo, porém não era possível compartilhar as próprias ações com seus pares, de forma pública, nem mesmo tomar conhecimento das atividades praticadas por eles com facilidade. O e-mail, canal bastante utilizado nesse contexto, continha limitações quanto à propagação de informações, se comparado a redes sociais.

Deste modo, Margetts e colaboradores (2015) destacam que naquele primeiro momento, as atividades e mobilizações de cunho político na internet foram protagonizadas por organizações e grupos detentores de poder e de recursos necessários para investir em tecnologias como a criação de um site. Incluem-se nesta seara alguns partidos políticos pequenos, que foram capazes de difundir informações e coordenar atividades como nunca antes e de uma maneira que não seria viável sem as plataformas online. Entretanto, foram mantidas práticas usuais e costumeiras do universo político, tais como o envio e-mails e a publicação em sites como plataformas de divulgação (MARGETTS et al., 2015).

Conforme mencionado anteriormente, uma mudança de paradigma ocorre com a popularização das redes sociais em escala global, a partir de 2005 (MARGETTS et al., 2015). Estes ambientes passaram a disponibilizar novas formas de gerar conteúdo e obter informação política, ampliando as possibilidades de comunicação entre usuários e a difusão de visões, questões, imagens e informações (MARGETTS et al., 2015). O uso dessas redes possibilitou um escopo mais diversificado de atividades relacionadas ao universo político, abrangendo desde pessoas abertas a participar politicamente de maneira mais ativa até aquelas sem um significativo interesse por política.

Para Margetts e colaboradores (2015), há elementos-chave que caracterizam o ambiente informacional em redes sociais quanto às possibilidades de ação política: Em primeiro lugar, a participação dos usuários em uma ou mais redes determina a influência política que ele provoca e a qual está exposto, abrangendo amigos/seguidores e amigos de amigos e seguidores de seguidores, o que forma uma “estrutura de efeitos em rede”. (MARGETTS et al., 2015, p. 63). O segundo elemento diz respeito ao conteúdo: ao integrar o Facebook ou o Twitter, por exemplo, os indivíduos podem ter acesso ao comportamento político de outras pessoas. Em terceiro lugar, tais plataformas permitem dar publicidade a ações, gerando um potencial de visibilidade.

Isto posto, para Margetts e colaboradores (2015) as redes sociais privilegiam uma forma de ação política individualizada, na medida em que criam um ambiente no qual o usuário consegue expressar-se sem intermediários, em interfaces de baixo custo e relativa facilidade de manuseio, sendo viabilizado o compartilhamento de publicações personalizadas. Logo, as pessoas que desejam dar visibilidade a uma questão ou lançar uma campanha ou debate podem fazê-lo, diferentemente do modelo de mídias tradicionais. Outro fator que reforça mais esta dimensão particular é o uso expressivo dessas mídias por meio de aparelhos celulares. Nas redes sociais, o usuário consegue criar a sua própria personalidade digital, passando a integrar um ambiente informacional próprio, a partir de escolhas sobre expandir ou não sua rede de relações, qual tipo de postagens compartilhar, com quem irá interagir. (MARGETTS et al., 2015).

Nesse sentido, no âmbito das ações e atividades políticas, as redes sociais viabilizam a prática de “micro atos de participação” (MARGETTS, 2015, p. 52), que demandam baixo investimento de tempo e de esforço pessoal. Isoladamente, os micro atos a princípio não têm força para mobilizar movimentos e campanhas, porém a soma de numerosas ações desta natureza é capaz de gerar impacto político. Enumeramos como exemplos os já referenciados protestos articulados através de redes sociais, como as Jornadas de Junho de 2013 no Brasil; além de mobilizações como as petições públicas em prol de uma causa movidas por assinaturas virtuais dos participantes; os movimentos de repúdio em relação a determinados acontecimentos, entre outros.

Portanto, a valorização de um agir individual e os relativos baixos custos de utilização são elementos que modificaram a maneira de se comportar politicamente nas redes sociais. Nelas, os indivíduos não precisam mais estar ligados a grupos como partidos políticos para lançar uma campanha ou dar publicidade a uma posição política, por exemplo. Uma única pessoa consegue empreender um movimento, que pode repercutir inesperada e espontaneamente.

1.3.3 Fake News

Optamos por desenvolver um tópico somente sobre fake news, pois a propagação de notícias falsas na internet configurou-se como uma das dinâmicas mencionadas muitas vezes pelos jovens eleitores conectados entrevistados durante esta pesquisa. Trata-se de um fenômeno que, apesar de não ser exatamente algo criado nesta era da informação, assume importância e complexidade na conjuntura recente. (BAKIR; MCSTAY, 2017; TANDOC JR. et al., 2017).

Nesse sentido, definir “fake news” como “notícias falsas” é simplificar algo que se torna cada vez mais intrincado. Em geral, o discurso contemporâneo, particularmente o jornalístico, conceitua “fake news” como publicações que se espalham rapidamente pela internet e que possuem elementos fictícios, mas têm aparência de matérias jornalísticas (TANDOC JR. et al., 2017). No mundo contemporâneo, este fenômeno ficou evidente durante a campanha presidencial dos Estados Unidos em 2016, em que disputaram os candidatos Donald Trump e Hillary Clinton. Uma das fake news que se tornou emblemática neste período foi a declaração de apoio do Papa Francisco ao então candidato Trump, com a manchete: “Papa Francisco choca o mundo e apoia Donald Trump para Presidente.”¹³

Tandoc Jr. e colaboradores (2017) identificam como categorias de fake news a sátira e a paródia, bem como a fabricação e a manipulação de conteúdos. Nos dois primeiros grupos, tanto as notícias de sátira quanto as paródias usam recursos de humor e exagero a fim de provocar críticas, e se baseiam em elementos noticiosos reais e atuais. É comum também ridicularizarem determinados personagens ou situações, e podem funcionar como fiscais da imprensa, havendo uma espécie de “pacto” entre os produtores e espectadores de conteúdo de que aquelas mensagens não são verdadeiras. As paródias particularmente assumem uma estética de imitação da mídia convencional. (TANDOC JR. et al., 2017).

Já as notícias fabricadas são mensagens cujas informações não possuem base factual, sendo produzidas de maneira intencional para gerar desinformação, com estilo e formato jornalísticos que confundem e enganam o leitor. A atuação de *bots* ou contas automatizadas no compartilhamento dessas mensagens em redes sociais pode criar a ilusão de popularidade, ajudando a espalhá-las ainda mais. (TANDOC JR. et al., 2017). “Não é apenas o conteúdo e o formato que fazem com que essas notícias fabricadas pareçam reais, mas também a ilusão de que elas circulam amplamente¹⁴”. (TANDOC JR. et al., 2017, p. 8). Nesse sentido, a manipulação ou a alteração proposital de imagens e vídeos pode ser realizada a fim de criar uma falsa narrativa. (TANDOC JR. et al., 2017).

A fabricação de fake news está relacionada a causas financeiras e ideológicas. (BAKIR; MCSTAY, 2017; TANDOC JR. et al., 2017; BRANCO, 2017). Os compartilhamentos e cliques nessas mensagens se convertem em receita publicitária para os produtores de sites que geram este tipo de matéria, transformando-se em um negócio lucrativo. Reportagem do jornal Folha

¹³ Informação obtida no jornal O Estado de S. Paulo, em matéria publicada no dia 22/08/2018. Disponível em <https://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/fake-news-nas-eleicoes/>

¹⁴ Tradução livre do trecho: “*It is not only the content and the format that make fabricated items seem like real news, but also the ilusion that they are widely circulated*” (TANDOC JR. et al., 2017, p. 8).

de São Paulo de fevereiro de 2017 estimava que anúncios em sites produtores de fake news rendiam de R\$ 100 mil a R\$ 150 mil por mês, dos quais até 50% ficavam com o intermediário e o restante com o dono do site.¹⁵ Por outro lado, a produção de fake news promove ideias ou pessoas, geralmente através do descrédito e da ridicularização de outras ideias e pessoas (TANDOC JR. et al., 2017).

Como fatores que explicam o fenômeno da propagação de fake news, Tandoc Jr. e colaboradores (2017) apontam justamente a popularização de redes sociais online, que passaram a oferecer espaço para os usuários publicarem informações, fotos, vídeos e narrativas sobre eventos testemunhados em primeira mão (HERMIDA, 2010 apud TANDOC JR. et al., 2017). Além disso, esses ambientes contribuíram para modificar a noção daquilo que é conhecido como notícia. Um *tweet* de 140 caracteres pode ser considerado um fragmento de notícia, especialmente se ele for proveniente de uma autoridade, por exemplo. (TANDOC JR. et al., 2017).

Bakir e MCStay (2017) indicam fatores relacionados à economia da mídia como elementos que favorecem a proliferação de fake news. Segundo eles, a digitalização do jornalismo implicou em uma maior pressão pelo imediatismo da circulação da informação com a produção de notícias *full time*, resultando em uma redução da qualidade dos processos de checagem e apuração. Os autores também citam a capitalização financeira gerada por algoritmos em plataformas de redes sociais e mecanismos de busca na internet como aspectos facilitadores desse fenômeno, por propiciarem a reverberação de assuntos por meio da repetição de postagens. (BAKIR; MCSTAY, 2017).

Ainda de acordo com Bakir e MCStay (2017), as fake news exploram aspectos emocionais para se disseminar entre grupos, apresentando conteúdos que despertam reações afetivas como medos, angústias, sentimentos de companheirismo e empatia, isto graças à dinâmica informacional baseada em algoritmos, que se utiliza de tecnologias para detectar sentimentos, humores e emoções presentes na comunicação em redes digitais. A dinâmica informacional viabilizada por estruturas algorítmicas será tema do próximo item.

1.4 Fluxo de informações: algoritmos e sistemas de recomendação

O fluxo de conteúdos que se estabelece em redes sociais e outras plataformas online é ditado por algoritmos, códigos matemáticos em linguagem de programação protegidos por

¹⁵ Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/02/1859808-como-funciona-aengrenagem-das-noticias-falsas-no-brasil.shtml>. Acessado em 22/04/2019.

sigilo comercial. Por definição, algoritmo é uma sequência de números que, combinados entre si, lançam um comando para gerar um determinado resultado. Trata-se de um passo a passo, uma espécie de receita que possui entradas, arranjos possíveis e saídas, para se obter uma resposta esperada (DANAHER, 2016).

A construção de algoritmos em linguagem de programação de computadores está relacionada ao desenvolvimento de ferramentas matemáticas e das ciências cibernéticas após a Segunda Guerra Mundial, especialmente nos Estados Unidos, na Costa Leste, onde se localiza o Vale do Silício. Neste ambiente surgiram grandes corporações, como Windows, o Google e o Facebook, e foram lançados os fundamentos de uma nova governança capitalista, baseada em um modelo pós-industrial e de informações organizadas em rede, que tem como um dos principais expoentes o *big data*, isto é, o gerenciamento e a análise de grandes volumes de dados em representação digital, em quantidade e diversidade, e em alta velocidade, que vem sendo definido como um fenômeno social, econômico e tecnológico (LEWIS; WESTLUND, 2014). Os algoritmos são a base dos sistemas *big data*.

Em redes sociais como o Facebook, o algoritmo determina quais mensagens serão mostradas e quais posts ficarão “escondidos” para cada usuário, a partir de cálculos que definem sua tendência de interagir mais ou menos com as publicações realizadas. Sendo assim, as postagens com mais chances de provocar reações, com curtidas, comentários e compartilhamentos, são mostradas no *feed* de notícias do usuário, o que também vale para a situação inversa: os conteúdos e perfis que a princípio não suscitam interação tendem a não aparecer para os usuários da rede (DANAHER, 2016).

Arvidsson (2016) explica que o mecanismo de postagens do Facebook é posto em prática a partir do rastreamento de reações e associações feitas pelo usuário, e assim obtém-se a relevância que alguns perfis atribuem a mensagens específicas, ou sobre o valor de tais perfis como alvos de campanhas publicitárias. Desse panorama são feitas comparações e combinações entre elementos que tendem a gerar um resultado posterior, em uma espécie de sistema de recomendação baseado em probabilidade futura. Vale notar que tal estrutura, além de não considerar as informações em sua completude, nem sempre apresenta uma relação direta com a realidade, isto é, as correlações de dados realizadas podem não corresponder à vida real das pessoas. Logo, o algoritmo traça a probabilidade de o usuário reagir a uma publicação, em uma dinâmica que se apresenta como um sistema de recomendação com orientação para o futuro – como o usuário se interessou por publicações desse perfil no passado, é provável que o faça no futuro. (ARVIDSSON, 2016).

Destacamos que este mecanismo de recomendação que se baseia em inferências probabilísticas para fornecer conteúdo personalizado ao usuário não se aplica apenas à dinâmica de anúncios do Facebook, conforme descrito por Arvidsson (2016) mas também em diversas plataformas online de conteúdo, como os mecanismos de busca do Google e o fluxo de postagens orgânicas do Facebook, e de redes sociais similares, como Instagram, LinkedIn e Youtube, e outros sites que oferecem serviços (ARVIDSSON, 2016; PARISER, 2012).

E a personalização está moldando os fluxos de informação muito além do Facebook, pois sites como o Yahoo Notícias ou o News.me – financiado pelo New York Times – estão passando a nos fornecer manchetes segundo nossos interesses e desejos pessoais. A personalização influencia os vídeos a que assistimos no YouTube e numa dúzia de concorrentes menores, além das postagens de blogs que acompanhamos. Afeta os e-mails que recebemos, os possíveis namoros que encontramos no Ok Cupid e nos restaurantes que o Yelp nos recomenda – ou seja, a personalização pode facilmente afetar não só quem sai para jantar com quem, mas também aonde vão e sobre o que conversam. Os algoritmos que orquestram a nossa publicidade estão começando a orquestrar nossa vida. (PARISER, 2012, Introdução).

O’Neil destaca que a composição dos algoritmos em geral é desconhecida pelo público, ficando sob a guarda das grandes corporações, sob a proteção de sigilo comercial, podendo reproduzir desigualdades sociais e visões ideológicas. A autora traça uma analogia entre o algoritmo e uma caixa preta, a fim de evidenciar o aspecto de segredo que o envolve, e também o compara ao Mágico de Oz já que, assim como o personagem onipresente, mas não identificado pelos demais personagens da trama homônima, a presença humana não é facilmente percebida na rede, transmitindo aos usuários uma impressão de neutralidade. Sendo assim, a ação do algoritmo é camuflada para o usuário, e eles só veem o que o algoritmo decide (O’NEIL, 2016). Danaher (2016) corrobora com esta visão, afirmando que os algoritmos possuem as características de mistério e opacidade, já que sua arquitetura é desenvolvida sem o conhecimento e nem o consentimento dos sujeitos que irão utilizar os sistemas os quais este código será a base. Além disso, existe um potencial de incompreensão da razão humana em relação ao algoritmo, pois ele é inacessível para a maioria das pessoas.

Pariser (2012) salienta que os códigos algorítmicos são responsáveis por investigar constantemente os comportamentos e percursos dos usuários na internet de maneira individual e, por meio de comparações feitas com os dados fornecidos pelos próprios usuários e de informações captadas de pessoas que possuem hábitos e gostos similares, e assim passam a mostrar mensagens que supostamente irão agradar mais, criando um universo de mensagens particular, chamado de “bolha”. (PARISER, 2012, Introdução).

O código básico no seio da nova internet é bastante simples. A nova geração de filtros online examina aquilo de que aparentemente gostamos – as coisas que fazemos, ou as

coisas das quais as pessoas parecidas conosco gostam – e tenta fazer extrapolações. São mecanismos de previsão que criam e refinam constantemente uma teoria sobre quem somos ou sobre o que vamos fazer ou desejar a seguir. Juntos, esses mecanismos criam um universo de informações exclusivo para cada um de nós – o que passei a chamar de filtros bolha – que altera profundamente o modo como nos deparamos com ideias e informações. (PARISER, 2012, Introdução).

Para concluir, observamos que o ambiente conectado em que se insere o contexto eleitoral dos jovens eleitores é atravessado por práticas, dinâmicas e fenômenos, tendo sido abordados aqueles que julgamos serem mais representativos deste cenário: redes sociais, discussão política online, micro atos de participação, fake news e sistemas de recomendação baseados em algoritmos. Em seguida, considerando o objeto deste trabalho, trataremos no próximo capítulo de conceitos e significados que abrangem o que é ser jovem enquanto categoria social, também trazendo para o debate alguns pontos relacionados à juventude e política na sociedade contemporânea.

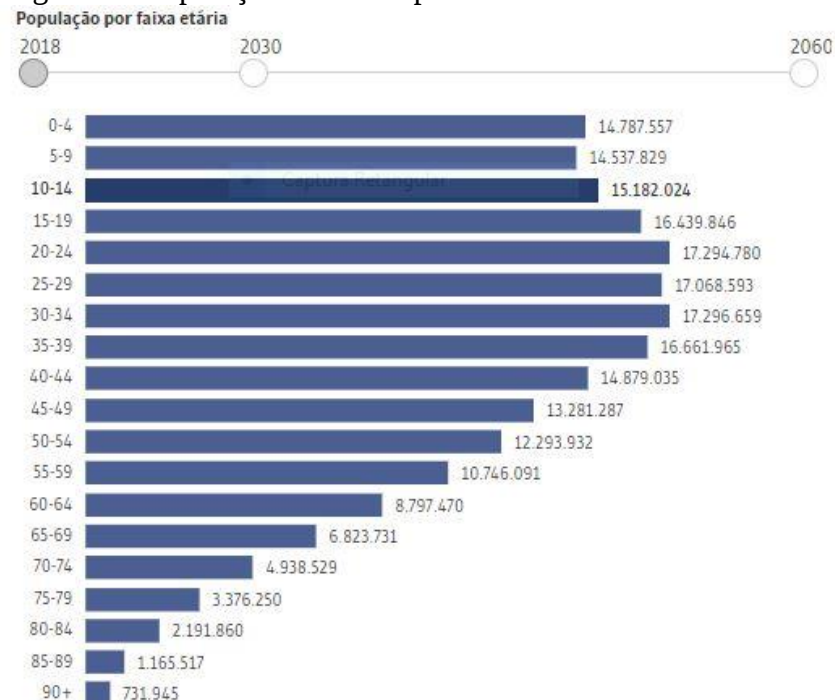
2 JUVENTUDE E POLÍTICA

A fim de auxiliar a compreender os jovens objeto desta pesquisa, neste capítulo apresentamos conceitos sobre juventude enquanto categoria social e cultural em suas facetas de multiplicidade e fluidez, do ponto de vista da compilação de autores desenvolvida por Toaldo e Jacks (2014). Ademais, em razão de o trabalho se debruçar sobre a estreia dos jovens como cidadãos eleitores, a seção expõe concepções sobre juventude, consumo e política, desenvolvidas por Machado (2011) e Gohn (2018).

2.1 Conceituando juventude

Segundo estimativas divulgadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), com base em projeções a partir do Censo de 2010, a população brasileira, que apresentou o total de 208,4 milhões de habitantes em 2018, possui 16,4 milhões de jovens na faixa etária de 15 a 19 anos, e 17,2 milhões entre 20 a 24.

Figura 5 – População brasileira por faixa etária.



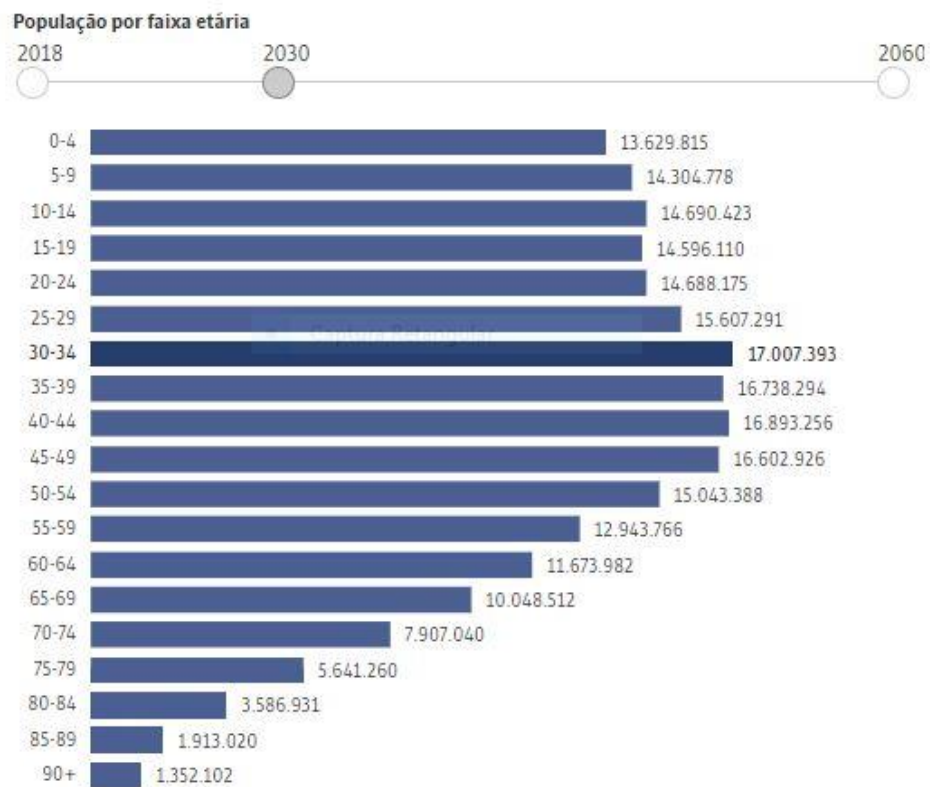
Fonte: Projeção da População - IBGE

Fonte: IBGE, 2019.

De acordo com o instituto, verifica-se que a população brasileira experimenta uma desaceleração de crescimento, desde a década de 1970, devido a fatores como a redução da taxa

de fecundidade e o aumento da expectativa de vida. Entre 2016 e 2017, o crescimento havia sido de 1,6 milhão de pessoas, o dobro do registrado entre 2017 para 2018, que foi equivalente a 800 mil pessoas. Em 2030, o IBGE projeta que haverá menos jovens em relação aos segmentos etários de adultos e velhos, de acordo com a imagem abaixo:

Figura 6 – Projeção da população brasileira por faixa etária, em 2030.



Fonte: Projeção da População - IBGE

Fonte: IBGE, 2019.

Mas o que é exatamente ser jovem? Para além de características temporais e biológicas, indicando um segmento etário específico ou um período de transição entre a infância e a vida adulta, existem diferentes abordagens sobre o conceito de juventude nas ciências sociais aplicadas.

No artigo “Juventude? De que juventudes estamos falando?” (2014), Toaldo e Jacks destacam que o significado de juventude, enquanto categoria social e imagem cultural, surge na virada do século XIX para o XX, no Ocidente, quando são firmadas as bases da sociedade moderna e industrial, e então passa a existir uma preocupação maior do Estado com a educação e com a formação de mão de obra, em um processo socializador¹⁶.

¹⁶ TOALDO e JACKS, 2014. Edição Kindle, posição 1249-41.

A partir desta delimitação, Toaldo e Jacks (2014) retomam três abordagens sobre o tema “juventude”. Na primeira delas, elaborada por Bourdieu (1990 apud TOALDO; JACKS, 2014), as limitações geracionais entre juventude e velhice são consideradas “arbitrárias”, servindo apenas para impor entraves e demarcar fronteiras sobre o que se deve ou não fazer em cada época da vida. Para Bourdieu, “juventude” é somente uma palavra (1990 apud TOALDO; JACKS, 2014), e seria mais apropriado falar em “juventudes”¹⁷, em função das diferenças que se estabelecem nesses grupos ao redor do mundo, inclusive entre classes sociais, sendo um dos fatores relevantes o fato de o jovem precisar trabalhar ou não (e ser apenas estudante), o que proporciona uma série de vivências e não vivências, como o tempo disponível para lazer, o lugar no mercado de trabalho, entre outros (BOURDIEU, 1990 apud TOALDO; JACKS, 2014). Logo, essa perspectiva está relacionada às condições de poder econômico e social que o jovem possui, que se desdobram do período escolar para mundo do trabalho e para o mercado consumidor (BOURDIEU, 1990 apud TOALDO; JACKS, 2014).

A segunda perspectiva mencionada por Toaldo e Jacks dialoga com Margulis e Urresti (2008 apud TOALDO; JACKS, 2014), que afirmam que ser jovem está relacionado à combinação de cinco fatores: idade, geração, classe social, gênero e condição familiar¹⁸. Para eles, existe uma articulação estreita entre juventude e o fator “idade”, pois a temporalidade compartilhada por esses indivíduos funciona tanto como um demarcador de características biológicas como possibilita passar por experiências em comum. A geração a que o jovem pertence também é elemento importante para compreendê-lo, visto que cada período histórico apresenta códigos culturais e formas de perceber o mundo peculiares (MARGULIS; URRESTI, 2008 apud TOALDO; JACKS, 2014). Ligado aos aspectos de “idade” e “geração”, Margulis e Urresti destacam que os jovens são portadores de uma “moratória vital” (2008 apud TOALDO; JACKS, 2014), que consiste em uma sensação de invulnerabilidade diante da vida, devido a aspectos físicos como o corpo e a disposição, e de uma “moratória social”, (2008 apud TOALDO e JACKS, 2014), no tocante às condições socioculturais desses indivíduos.

Na terceira perspectiva sobre juventude, Toaldo e Jacks recorrem aos estudos de Pappámikail, que também considera que o conceito de juventude surge na modernidade (2012 apud TOALDO; JACKS, 2014). Nesse contexto, a escola e o ensino superior se tornam espaços de formação e preparação para o mercado de trabalho e o mundo adulto, delimitando assim a juventude como momento em que não existe a obrigação desses indivíduos se constituírem como população economicamente ativa (PAPPÁMIKAIL, 2012 apud TOALDO; JACKS,

¹⁷ BOURDIEU, 1990, apud TOALDO e JACKS, 2014. Edição Kindle, posição 1275-41.

¹⁸ MARGULIS e URRESTI, 2008, apud TOALDO e JACKS, 2014 Edição Kindle, posição 1333,1341-44.

2014). Logo, a juventude seria uma fase de transição (inacabada), que se prolongaria para a idade adulta (definitiva)¹⁹. Entretanto, Pappámikail (2012 apud TOALDO; JACKS, 2014) ressalta que não é possível demarcar exatamente o período de juventude na contemporaneidade, pois a constituição de identidades é um processo complexo, caracterizado pela diversidade de experiências e de subjetividades. Para a autora, (2012 apud TOALDO; JACKS, 2014) a definição de jovem na sociedade contemporânea é marcada pela articulação das noções de autonomia, dependência e liberdade, que pode assumir significados diversos, livres de uma delimitação etária. Em relação à liberdade, por exemplo, é possível estar inserido em um ambiente normativo extremamente rígido, como família e religião, o que acaba por restringir o escopo de possibilidades de ação da pessoa.

É a partir da relação entre autonomia, independência e liberdade que a autora (Pappámikail) propõe repensar as noções de individualização e emancipação. Segundo ela (Pappámikail), é na luta pela articulação dessas três dimensões que os jovens criam cada vez mais espaços para desenvolver a sua construção de si. (TOALDO; JACKS, 2014. Edição Kindle. Posição 1463).

Dessa maneira, a partir da exposição das abordagens sobre juventude, consideramos nesta pesquisa que o jovem enquanto ator social no cenário contemporâneo apresenta-se como uma categoria plural e fluida, inserida em múltiplos contextos e, por isso, detentora de identidades fragmentadas e marcadas por subjetividades, com dinâmicas e peculiaridades próprias. Assim sendo, acreditamos ser apropriado nos referirmos ao arcabouço conceitual contido na expressão “juventudes” no contexto desta pesquisa, tendo em vista a diversidade e complexidade de vivências, valores, poder econômico e capital social dos jovens eleitores entrevistados.

2.2 Juventude e política no cenário contemporâneo

Buscando compreender os discursos sobre juventude no cenário contemporâneo ocidental, e seus desdobramentos em relação à política, Machado (2011) retoma o modelo de sujeito que se consolida após a Segunda Guerra Mundial, que possui intenso vínculo com o liberalismo e, por conseguinte, com o individualismo, a liberdade para fazer escolhas, a racionalidade e o apreço à propriedade privada. Em paralelo, este cenário é marcado por uma crise do modelo de sociedade patriarcal e conservadora, substituídos gradativamente por uma moral do consumo, que passa a valorizar experiências relacionadas ao entretenimento, à vaidade

¹⁹ TOALDO e JACKS, 2014. Edição Kindle, posição 1415-46.

e ao prazer efêmero. Neste contexto, os jovens enquanto sujeitos sociais se constituem como mercado consumidor, e uma linguagem padronizada é criada especificamente para atender o grupo (FEIXA, 1998 apud MACHADO, 2011).

Sendo assim, Machado considera que o enaltecimento do individualismo e de valores relacionados a aspectos da vida privada, em detrimento de questões vivências públicas, tornam-se elementos-chave nas concepções sobre juventude e política na sociedade contemporânea (MACHADO, 2011). De acordo com essas leituras, as relações entre juventude e política passam a ser vistas a partir de um viés de desinteresse, descrédito em relação às formas de representação tradicionais – como os partidos políticos –, desilusão e desmobilização (MACHADO, 2011). A autora se refere a Ribeiro (2004 apud MACHADO, 2011), que aponta como características da juventude em relação à política a ausência de perspectivas utópicas, a valorização da liberdade individual e de pressupostos neoliberais, como a relação custo-benefício e o direito à privacidade. Ele acredita que o jovem dos primeiros anos do século XXI não dialoga mais com projetos de sociedade em sua generalidade, e dá ênfase a “ações efêmeras de participação” (RIBEIRO, 2004 apud MACHADO, 2011).

No Brasil, há dados apontando para a desmobilização político-eleitoral dos segmentos mais jovens. A pesquisa Perfil da Juventude Brasileira, realizada pelo Instituto Cidadania [...] relata que o público de 15/24 anos tem interesse secundário por discussões político-eleitorais. O tema ‘política’ aparece em décimo lugar na pauta de interesses brasileiros nessa faixa etária. Muito atrás de educação; oportunidade de emprego; cultura e lazer; saúde/corpo; família e relacionamentos amorosos. (MACHADO, 2011, p. 91).

Entretanto, Machado (2011) afasta-se de uma visão apocalíptica sobre um chamado desencanto dos jovens pelas formas clássicas de representação política, compreendendo que existem novos sentidos nas relações entre juventude e política. De acordo com ela, os jovens sinalizam que não estão em sintonia com os modelos convencionais de representação (MACHADO, 2011), porém, há indícios de novas perspectivas. A autora cita uma pesquisa realizada no âmbito do Instituto Cidadania (MACHADO, 2011, p. 95), em que foram constatados os seguintes resultados: apesar de somente 15% dos respondentes terem afirmado que participavam de associações, grêmios, entre outros, 85% deles revelaram que gostariam de ter essa experiência.

Em paralelo e corroborando a visão de Machado (2011), apontamos a pesquisa quantitativa recentemente aplicada com jovens conectados moradores da Região Metropolitana do Rio de Janeiro entre 17 e 24 anos, em que Ortiz (2012) revela que os entrevistados reconhecem valores formais da democracia. O “direito ao voto” é apontado como principal valor democrático a partir de uma lista apresentada, sendo indicado por 85% dos respondentes.

Em seguida, os jovens assinalam três outros valores, que aparecem empatados: “liberdade de imprensa”, “expressão livre das pessoas em qualquer lugar” e o fato de o cidadão poder “apresentar projetos para governos”. O último requisito de uma democracia, na visão dos jovens, também com alto índice, são eleições regulares.

Já na segunda década do século XXI, as relações entre as juventudes e as temáticas relacionadas ao universo político parecem se intensificar. No artigo “Jovens na política na atualidade – uma nova cultura de participação” (2018), Gohn aborda ações coletivas que foram protagonizadas por jovens no cenário contemporâneo brasileiro, as manifestações de 2013 e as ocupações de escolas públicas, em 2015 e 2016. A autora chama atenção para as similaridades dessas duas conjunturas: ambas foram originadas por jovens escolarizados, predominantemente de camadas médias, movidos a princípio por demandas focalizadas – em 2013, o aumento da tarifa do transporte público e, posteriormente, a tentativa de reformulação de diretrizes educacionais. Ademais, Gohn (2018) aponta como fatores comuns o uso de redes sociais para articular protestos e atos nas ruas, o formato de organização fluido e fragmentado e horizontal, as críticas a sindicatos e partidos e o uso de novas linguagens, como performances coletivas, a sensibilização de outros segmentos etários da população e, por fim, a expansão das reivindicações para pautas políticas mais gerais, inclusive ligadas a um campo mais conservador e de redução de direitos democráticos. (GOHN, 2018).

Desse modo, constatamos que, pelo menos em parte, as parcelas jovens da população brasileira vêm se relacionando de modo bastante expressivo com o universo da política, muitas vezes de maneira intensa, participando e até mesmo liderando mobilizações de rua e movimentos de contestação como as ocupações nas escolas, bem como expondo posicionamentos em redes sociais – e as entrevistas que foram colhidas nesta pesquisa confirmam isto. Demonstraremos adiante, através dos relatos dos jovens eleitores, diferentes experiências com o universo da política mencionadas por eles, que incluem protestos de rua, o empenho em votar pela primeira vez antes dos 18 anos e os posicionamentos firmados durante a campanha eleitoral. Vale notar também que foram identificados sentimentos de descrença em relação a partidos políticos, imprensa e outros fatores que compõem o sistema democrático, apesar de tais elementos serem sintomas da sociedade como um todo, que não se restringem às juventudes.

Na sequência, fazemos um apanhado da obra *How Voters Feel* (COLEMAN, 2013), em busca de inspiração para a pesquisa ser desenvolvida, e apresentamos os percursos metodológicos, assim como os achados na fase exploratória e nas entrevistas em profundidade, procurando possíveis interpretações para as questões propostas.

3 MEU PRIMEIRO VOTO

Neste capítulo discorreremos sobre os aspectos metodológicos e examinamos as respostas obtidas nas entrevistas exploratórias e em profundidade realizadas com os jovens eleitores conectados. Iniciamos com uma breve exposição da obra *How Voters Feel* (COLEMAN, 2013), que nos amparou na interpretação das informações. Na sequência, apresentamos o perfil dos jovens selecionados e realizamos uma análise da pesquisa exploratória, a partir dos tópicos: “Política no cotidiano dos jovens - valores e percepções”; “Juventude, consumo de mídia e uso de redes sociais”; e “Jovens e política nas redes sociais”. Em seguida, avaliamos de maneira interpretativa as entrevistas em profundidade, propondo explicações sobre as descobertas. Para isto, sugerimos os seguintes temas: “Micro atos de exposição política”, “A lógica dos sistemas de recomendação na política”, e “Como se sentem os jovens eleitores? - Os afetos mobilizados nas eleições”. O desfecho do capítulo oferece as conclusões do trabalho, no item “Meu primeiro voto: eleitores conectados nas eleições de 2018”.

3.1 Leitura de *How Voters Feel*

A obra *How voters feel* (2013), do cientista político Stephan Coleman, é baseada em uma série de entrevistas com eleitores e não eleitores britânicos, para compreender como esses indivíduos se sentem em relação ao voto. Os momentos de interação de Coleman com seus respondentes, que possuem diferentes idades e condições socioeconômicas, variam entre antes, durante e depois de um processo eleitoral. O autor explora nuances como significado do voto, memória, as eleições enquanto rotina de uma democracia e como um ritual social, a fim de investigar os afetos que são mobilizados pelo ato de votar. Buscamos nos inspirar na sensibilidade desta pesquisa em captar impressões pessoais sobre o que é ser um cidadão votante, e descobrimos muitas semelhanças nos relatos oferecidos pelos britânicos de Coleman e por nossos jovens do Rio de Janeiro. No entanto, precisamos destacar uma diferença crucial: ao contrário do Brasil, no Reino Unido o voto não é obrigatório. O autor reuniu como componentes do seu objeto pessoas das mais variadas idades, e entre elas havia quem jamais tivesse votado, como uma mulher de quase 40 anos ou um homem idoso, o que seria impensável em nosso trabalho.

Sendo assim, Coleman (2013) aborda diferentes sentidos que envolvem o voto, a partir do ponto de vista do próprio cidadão como sujeito, buscando, portanto, elementos subjetivos que compõem o ato de votar. Logo de início, o autor destaca que seu objetivo é investigar o que

significa para o indivíduo pensar em si mesmo como eleitor, que tipo de sentimentos e sensações são despertados, considerando variáveis físicas, emocionais e intelectuais, e quais as dinâmicas e afetos perpassam o cidadão votante. (COLEMAN, 2013). O cientista político explora as narrativas em torno do voto, que, segundo ele, contêm um repertório de memórias populares, composto por impressões afetivas, ausências, abstenções, tons de voz, hesitações, entre outros aspectos (COLEMAN, 2013).

Coleman (2013) destaca que votar é um evento que possui uma dimensão particular, com elementos gerais e uniformes em diferentes sistemas democráticos no mundo. O voto envolve tanto uma perspectiva individual e privada, quanto um caráter público. Ademais, votar é um acontecimento social com sentido de performance, estando sujeito a condutas predeterminadas e à exibição pública, para o testemunho aos demais, e representa submissão às regras. Enquanto os votantes supostamente são iguais, as experiências pessoais de voto são carregadas por disputas entre aqueles eleitores que entendem como funciona o processo eleitoral e os que se sentem enganados por ele; os mais vulneráveis às consequências dos resultados das urnas e os menos afetados; eleitores que acreditam que irão eleger o vencedor e os que se julgam destinados a perder; os que pensam que o voto é apenas um recurso entre muitos outros, e aqueles para quem o voto é a única saída para mudança (COLEMAN, 2013).

Dessa maneira, Coleman (2013) sustenta que o voto é perpassado por questões diversas e por vezes paradoxais, como o fato de ser uma atividade que mobiliza afetos, desperta afinidades interpessoais em torno de posicionamentos políticos, e por outro lado gera incompatibilidades e desacordos. O autor assinala que votar, ao se constituir como um direito em uma democracia, evoca dignidade, autonomia, poder de decisão, controle do cidadão em relação às políticas públicas, causando a sensação de as pessoas serem ouvidas. Mas também consiste em um movimento rotineiro, uma tarefa cívica, administrativa, burocrática, inserida na dinâmica regular de um regime democrático, podendo ser tido até mesmo como algo “vazio” e “tedioso” (2013). Há que se considerar ainda os desapontamentos populares que muitas vezes surgem em relação a representantes eleitos, capazes de provocar descrédito e inclusive movimentos de recusa ao voto.

O autor aponta três particularidades relacionadas à prática de votar (COLEMAN, 2013): Em primeiro lugar, geralmente os momentos de votação possuem curtíssima duração – Coleman compara com o tempo equivalente para se comprar um lanche *fast food*. Em segundo, o voto é aparentemente uma ação desconectada das demais, uma espécie de “drama social”, com um status de singularidade e visto como apartado de outros momentos da democracia. Apesar de os eleitores se dirigirem às cabines de votação levando consigo suas esperanças,

frustrações, histórias, características pessoais e familiares, tais espaços são projetados de maneira impessoal, camuflando aspectos de intimidade. Em terceiro lugar, o voto em geral acontece em um ambiente silencioso. Há interrupções ocasionais causadas pela incerteza sobre o modo de agir e momentos esporádicos de interação cordial entre os funcionários e os eleitores, mas como esses instantes são raros, isso só serve para amplificar o silêncio generalizado (COLEMAN, 2013).

Coleman considera que os eleitores são estimulados a se comportar durante as eleições como se as diferenças entre eles fossem apenas externalidades incidentais (2013). Em paralelo, a prática do voto está relacionada à experiência de ser representado, e também de se sentir pouco representado ou não representado. Segundo o autor, “é difícil pensar em outra prática social que tenha uma carga tão grande de significação instrumental e afetiva” (2013).²⁰

Poucos assuntos despertam associações tão radicalmente conflitantes quanto o voto. O voto é tido como um símbolo de liberdade, ou um gesto fútil. O voto pode colocar o poderoso à prova. É possível pensar que não adianta votar, o governo ganha sempre. O voto confere dignidade à cidadania. (COLEMAN, 2013)²¹

Nesse sentido, o ato de votar contém em si conflitos e contradições, já que pode ser tido como a materialização do sistema democrático de representação e, ao mesmo tempo, ser considerado sem razão ou justificativa racional (COLEMAN, 2013). Em todo caso, trata-se de uma ação peculiar, realizada de tempos em tempos, imbuída de uma carga simbólica sobre o poder que o cidadão exerce de escolher representantes naquela sociedade (2013).

Coleman afirma que a literatura de Ciência Política anglo-americana aborda o voto como uma experiência isolada do corpo, com autonomia sobre o indivíduo e sendo integrante de um “sistema abstrato” (2013). Posicionando-se de maneira diferente, o autor ressalta que, na linguagem popular, há uma série de metáforas que associam o voto ao corpo: as mãos levantadas, as cabeças contadas, as impressões digitais carimbadas, e os passos vacilantes do eleitor indiferente são exemplos destas associações (2013).

Sobre esta metáfora do voto em relação ao corpo, Coleman (2013) indica a voz como elemento que constantemente é associado ao ato de votar: a voz é o canal por meio do qual o indivíduo exterioriza aspirações, valores, interesses, bem como o respeito às normas, a expressão de tabus e expectativas. Em uma democracia, o voto é uma tecnologia que manifesta

²⁰ Tradução livre do trecho: “*It is hard to think of any other social practice that bears such a great weight of instrumental and affective signification.*” (COLEMAN, 2013)

²¹ Tradução livre do trecho: “*Few subjects arouse more radically conflicting associations than voting. It is the symbol of freedom; it is a futile gesture. It holds the powerful to account; whoever you vote for, the government always wins. It confers the dignity of citizenship.*” (COLEMAN, 2013).

a vontade do cidadão, de forma contabilizada, e a soma das vozes possui um significado coletivo. (COLEMAN, 2013).

Votar desloca o ponto de referência do organismo particular para o organismo social: a coletividade ou o público amorfo. Corpos individuais são contados, mas apenas para se dissolver em um corpo social específico. A composição que emerge desse processo de agregação não tem uma voz, porém é uma voz, destinada a repetir uma vez e outra, o script insignificante do seu mandato. (COLEMAN, 2013)²²

Além da metáfora da voz, Coleman (2013) considera que votar é uma performance social, um evento a ser testemunhado, cujo ideal remonta às ágoras gregas, praças públicas onde cidadãos da Grécia Antiga se reuniam para deliberar sobre assuntos de ordem coletiva²³. Em tese, de acordo com este modelo os consensos solucionariam todas as divergências, e os interesses políticos seriam o resultado da força da vontade geral. (COLEMAN, 2013). Entretanto, o autor pondera que o voto, enquanto tecnologia que viabiliza a representação, jamais irá capturar ou conter integralmente a multiplicidade de anseios presentes em uma eleição, isso porque as democracias são compostas por indivíduos e grupos diversificados, sendo, portanto, sistemas complexos e frágeis. Coleman então faz esta analogia (2013): tal qual um bolo é sempre algo mais que a junção de ingredientes como farinha, ovos e açúcar, a soma das decisões políticas ultrapassa as contagens individuais (COLEMAN, 2013).

Pensar o voto como uma performance social é atribuir a esta prática uma dimensão de ritual, com protocolos e formalidades, mas não esvaziada de sentidos, indica Coleman (2013). Pelo contrário. Segundo ele, é através do ritual que as visões de mundo são projetadas do cotidiano e assumem significados políticos, exteriorizando ou ocultando conflitos por vezes simbolicamente inconciliáveis.

O ritual desenha certas formas de ver os relacionamentos e atividades, e ao mesmo tempo de não ver. A ritualização das performances sociais estabelece maneiras de ver, pensar e agir, em um repertório convencional de termos e gestos. O ritual, nesse sentido, não apenas estabelece os contornos do comportamento afetivo, mas também regula esses afetos estabelecendo aquilo que pode romper ou desestabilizar as práticas sociais. (COLEMAN, 2013)²⁴

²² Tradução livre do trecho: “*Volting shifts the point of reference from the particular body to the social body: the collectivity, electorate or amorphous public. Individuals bodies are counted, but only in order to be dissolved into the body politics. The composite body which emerges from the process of aggregation no longer has a voice, but is a voice, destined to repeat over and over again the paltry script of its mandate.*” (COLEMAN, 2013)

²³ Fonte: Portal Sua Pesquisa. Disponível em https://www.suapesquisa.com/o_que_e/agora.htm. Acessado em 01/04/19.

²⁴ Tradução livre do trecho: “*The ritual designs certain ways of seeing relationships and activities, and at the same time not seeing. The ritualization of social performances establishes ways of seeing, thinking and acting in a conventional repertoire of terms and gestures. Ritual, in this sense, not only establishes the contours of affective behavior, but also regulates these affects by establishing what may break or destabilize social practices*”. (COLEMAN, 2013)

Outro ponto destacado por Coleman que se torna interessante para pensar o voto é a relação entre cidadãos eleitores com a memória. Segundo ele, ser um cidadão em uma democracia equivale a fazer parte de uma comunidade de memórias (COLEMAN, 2013). Comumente é preciso lembrar-se dos costumes, das leis, dos tabus, das diferenças partidárias, dos acontecimentos históricos, dos personagens idolatrados e dos odiados. Este compartilhamento de memórias faz com que os indivíduos se sintam parte de um mesmo sistema, com um passado em comum e no qual suas histórias pessoais se integram à história oficial. (COLEMAN, 2013). “Ser “um de nós” significa entrar em uma relação imaginária com um passado adquirido. “A comunidade de afinidades compartilhadas se torna uma comunidade de reminiscências adotadas em que a história oficial se mistura à biografia da experiência²⁵”. (COLEMAN, 2013).

Para Coleman (2013), ao se identificarem como eleitores, as pessoas estabelecem vínculos com recursos de memória que são simultaneamente pessoais e culturais. Em momentos de votação, os eleitores são estimulados a se recordar de acontecimentos e a julgar governos e decisões políticas passadas. Em paralelo, tais circunstâncias se transformam em memórias repletas de imagens, sentimentos e expressões idiomáticas.

Segundo Coleman (2013), ao votar o eleitor tem o anseio de ser notado, e, portanto, lembrado. Apesar de em muitos casos ser considerada uma ação em que é comum as pessoas desejarem discrição, o voto é imbuído da vontade do eleitor de ser membro desta comunidade de memórias, de não ser ignorado. Desta maneira, “votar é um ato cívico de lembrança. É ser lembrado no sentido de contribuir para renovação na assinatura política e a confiança de ser reconhecido e contado. Sem este reconhecimento, tanto o indivíduo quanto a cultura sofrem danos.” (COLEMAN, 2013)²⁶.

Coleman também levanta a seguinte questão: os relatos sobre as experiências de voto serem em geral fragmentários, enigmáticos, hesitantes, confusos e expostos de maneira não factual (COLEMAN, 2013). O autor conta que em suas entrevistas os eleitores, quando perguntados sobre a experiência de votar, responderam de maneira nebulosa, em falas que misturam elementos factuais com anseios e arrependimentos. (COLEMAN, 2013).

²⁵ Tradução livre do trecho: “*The community of shared affinity becomes a community of adopted reminiscences in which oficial history is severed from experience biography*”. (COLEMAN, 2013)

²⁶ Tradução livre do trecho: “*Voting is an act of civic remembrance: it is to be remembered in the sense of renewing one’s subscription to the polity in the confidence of being recognised and counted. Without this recognition, both the individual and the cultura are damaged*”. (COLEMAN, 2013).

“Resumindo, falar sobre voto raramente é apenas falar sobre voto.” COLEMAN, 2013, Cap. 3)²⁷.

Outra descoberta de Coleman em sua pesquisa foi a desconexão entre o que os entrevistados respondiam quando eram perguntados sobre o seu papel como eleitores em um sistema democrático, e quais tinham sido seus pensamentos durante o voto. De forma ampla, o voto era associado a um direito inviolável, a algo que seria importante para o bem-estar de gerações futuras. Porém, as respostas sobre o momento da votação eram vagas, sendo comum até mesmo haver esquecimentos sobre os candidatos escolhidos (COLEMAN, 2013).

Para finalizar esta seção, a leitura de *How Voters Feel* revelou-se essencial para pensar nos afetos e em elementos subjetivos (e também objetivos) que mobilizam eleitores. Interessante observar tantas semelhanças com as questões trazidas pelos nossos jovens eleitores e as descobertas de Coleman (2013), no sistema democrático do Reino Unido, local que guarda tantas diferenças culturais com o Brasil e o Rio de Janeiro, o que sugere que esses elementos sejam característicos de sistemas democráticos como um todo.

3.2 Elementos metodológicos

Tendo em vista que buscamos captar, compreender e interpretar o primeiro voto de jovens eleitores conectados, a metodologia qualitativa foi escolhida para desenvolver este trabalho. Weiss (1995) explica que o método qualitativo possibilita ao pesquisador obter relatos mais completos, com repostas longas, além de permitir que os respondentes esclareçam eventuais dúvidas relativas às perguntas, em contraposição às tabulações numéricas com dados pormenorizados e informações fragmentadas, característicos do modelo quantitativo. (WEISS, 1995). Acrescentamos que esta metodologia foi adotada por Coleman (2013), para a compreensão dos afetos dos eleitores, conforme exposto no item anterior.

Nesta perspectiva qualitativa, utilizamos como principal instrumento de coleta de dados a entrevista. A técnica da entrevista consiste em uma interação entre duas ou mais pessoas, na qual se estabelece uma conversação dirigida a um objetivo definido. Trata-se de uma interação social que privilegia a palavra (FRASER, 2004; HAGUETTE, 2001). Gil (1998, p. 109) considera a entrevista um “diálogo assimétrico” em que uma das partes coleta informações da outra, que se coloca como fonte. Para Gil (1998, p. 110), a entrevista possibilita obter “dados em profundidade” sobre o comportamento humano, passíveis de quantificação e classificação.

²⁷ Tradução livre do trecho: “*In short, talk about voting is rarely talk about voting.*” (COLEMAN, 2013).

Por este ângulo, nosso percurso metodológico dividiu-se nas seguintes etapas: **escolha dos jovens; pesquisa exploratória**, com entrevistas semiestruturadas (questões fixas e respostas abertas), por telefone, e **entrevistas em profundidade**, com entrevistas individuais e presenciais, também semiestruturadas.

Escolha dos jovens: Em primeiro lugar, optamos por limitar a quantidade de jovens participantes a um número a partir do qual fosse possível extrair dados suficientes, sendo importante haver uma variedade de fontes capaz de propiciar comparações, e que, concomitantemente, fosse adequada ao tempo disponível para a pesquisa. O filtro aplicado foi o fato de tais jovens serem eleitores estreantes nas eleições de 2018, podendo o voto ser facultativo (16 a 18 anos) ou obrigatório (a partir dos 18 e até os 19).

O recrutamento dos jovens foi inspirado no que Weiss chama de método “*snowball*” (1995, p. 25), desenvolvido a partir da indicação de conhecidos, inclusive dos próprios jovens que compõem a amostra. Sendo assim, foram selecionados nove jovens eleitores estreantes, moradores da Região Metropolitana do Rio de Janeiro, local onde foi aplicada a pesquisa.

Neste universo, buscamos compor uma amostra que representasse com uma maior abrangência possível os jovens eleitores conectados da Região Metropolitana do Rio de Janeiro, considerando-se critérios como o local de moradia do jovem e o fato de eles serem integrantes tanto do ensino público quanto do privado. Também procuramos diversificar as características de gênero e etnia, embora estes dois últimos aspectos tenham sido pré-julgados pela própria autora, e não abordados de forma objetiva nas entrevistas – logo, o pressuposto é que este julgamento foi realizado de maneira relativa e limitada.

Pesquisa exploratória (entre os dias 15/09/2018 e 31/10/2018): Nesta fase, realizamos o primeiro contato com os jovens participantes, por meio de entrevistas por telefone, para nos familiarizar com as questões iniciais a serem investigadas e tentar estabelecer alguma proximidade com o objeto de investigação. Em paralelo, criamos uma página no Facebook voltada somente para a pesquisa, em que foram adicionados os nove participantes, a fim de analisarmos a movimentação deles nesta rede social.

Gil ilustra o nosso intuito aqui: “Pesquisas exploratórias são desenvolvidas com objetivo de proporcionar uma visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato. Muitas vezes [...] constituem a primeira etapa de uma investigação mais ampla. (GIL, 1998, p. 27).”

Essas primeiras entrevistas por telefone foram realizadas duas vezes com cada jovem e apresentaram entre dez e quarenta minutos de duração. As perguntas seguiram um modelo semiestruturado, com questões fixas e respostas abertas. Elaboramos um roteiro de tópicos

(ANEXO A) como base para condução da entrevista, mas dando a possibilidade de o respondente aprofundar a discussão e abordar outros temas.

Entrevistas em profundidade (entre os dias 13/12/2018 e 08/01/2019): Nesta fase, cada um dos jovens foi entrevistado individualmente, de forma presencial, por meio da modalidade “em profundidade”. É importante destacar que este período foi selecionado por ser posterior ao segundo turno das eleições, realizado no dia 28/10/2018, para que as reflexões fossem obtidas sobre o processo como um todo.

De acordo com Weiss (1995), a entrevista em profundidade estimula os entrevistados a responderem de maneira mais pormenorizada e completa, oferecendo suas próprias percepções, motivações e experiências de mundo. Diferente de uma abordagem quantitativa, que permite a aferição de dados estatísticos, esta metodologia se propõe a obter dos respondentes descrições detalhadas e interpretações de múltiplas perspectivas. Também adotamos aqui o modelo semiestruturado, (ANEXO B) a fim de mapear, compreender e interpretar o comportamento dos jovens.

As entrevistas foram realizadas em locais de maior conveniência para os jovens, que variaram de shoppings a praças, e tiveram entre trinta minutos a uma hora de duração. Todas elas foram registradas por meio de gravador.

3.3 Perfil dos jovens

Os nove jovens participantes são moradores dos bairros de Santa Teresa (Centro), Olaria (Zona Norte), Paciência (Zona Oeste), Flamengo, Laranjeiras e Botafogo (Zona Sul), na cidade do Rio de Janeiro, e de Nova Iguaçu e de São João de Meriti, municípios da Baixada Fluminense. Quatro são estudantes do ensino médio (dois da rede pública e dois da rede privada). Cinco deles são universitários da rede pública e privada, dos cursos de Matemática, Jornalismo (dois entre eles), Ciências Sociais e Engenharia de Produção. Para resguardar a privacidade deles, mantivemos o anonimato, denominando-os com os nomes fictícios a seguir: André, Bruno, Carolina, Diana, Eduardo, Fernanda, Gilberto, Helena e Ignácio.

Segue abaixo um breve perfil dos entrevistados:

André: 19 anos, morador do bairro Santa Teresa (Centro do município Rio de Janeiro), estudante de graduação em Matemática de uma universidade pública.

Bruno: 19 anos, morador do bairro Olaria (Zona Norte do município Rio de Janeiro), estudante de graduação em Jornalismo de uma universidade pública.

Carolina: 19 anos, moradora do bairro Paciência (Zona Oeste do município Rio de Janeiro), estudante de graduação em Jornalismo de uma universidade pública.

Diana: 17 anos, moradora do bairro Botafogo (Zona Sul do município Rio de Janeiro), estudante do ensino médio de uma escola pública.

Eduardo: 17 anos, morador do bairro Laranjeiras (Zona Sul do município Rio de Janeiro), estudante do ensino médio de uma escola privada.

Fernanda: 18 anos, moradora do bairro de Mambai (Nova Iguaçu, Baixada Fluminense), estudante de graduação em Ciências Sociais de uma universidade pública.

Gilberto: 17 anos, morador do bairro Flamengo (Zona Sul do município Rio de Janeiro), estudante do ensino médio de uma escola privada.

Helena: 19 anos moradora do bairro Paciência (Zona Oeste do município Rio de Janeiro), estudante de graduação em Engenharia de Produção de uma universidade privada.

Ignácio: 18 anos, morador do bairro Éden (São João de Meriti, Baixada Fluminense), estudante do ensino médio de uma escola pública.

3.4 Resultados da pesquisa exploratória

Inicialmente foram coletados dados gerais sobre os nove jovens, através de entrevistas por telefone, com objetivo de levantar informações a respeito da percepção deles acerca do tema “política” naquele momento em que eles estavam prestes a votar pela primeira vez. “Como o assunto ‘política’ está presente em seu cotidiano?”, “Você tem buscado se informar sobre política neste momento?” e “Em suas redes sociais, como você percebe e vivencia a presença deste tema?” foram algumas questões abordadas – o relatório das perguntas consta no Anexo A. Na sequência, apresentamos nossas descobertas iniciais, dividindo-as em três eixos: **“Política no cotidiano dos jovens - valores e percepções”**, **“Juventude, consumo de mídia e uso de redes sociais”** e **“Jovens e política nas redes sociais”**.

3.4.1 Política no cotidiano dos jovens - valores e percepções

O primeiro questionamento feito aos jovens foi como eles vivenciavam o assunto “política” em seu dia a dia e quais recursos, preceitos e valores seriam considerados em seu primeiro voto. O tema pareceu mais distante do dia a dia de alguns deles, como no de André, que relatou preferir não falar tanto sobre política com seus amigos, principalmente os da universidade. A dois meses das eleições, ele admitiu que ainda não havia pesquisado nomes ou

propostas de candidatos. Bruno também contou que a política só passou a fazer parte do seu cotidiano quando ele ingressou na universidade, por influência de seus professores.

Para ser sincero, nunca fui muito ligado em política. Meu pai até buscava conversar, mas eu ainda era jovem... Depois que entrei na faculdade, passei a ouvir os professores falando muito sobre isso... Até pela universidade que eu faço, que é jornalismo, comecei a acompanhar, ler jornais, ficar mais engajado (BRUNO).

Porém, mesmo tendo afirmado um certo distanciamento em relação ao tema, os dois falaram com bastante propriedade sobre o assunto, revelando que seus futuros candidatos deveriam seguir preceitos como “honestidade”, “tratamento de todos igualmente” (André), “transparência” e “consistência” (Bruno), valores que também apareceram nas entrevistas de Coleman (2013). Logo, diferente do que ambos haviam dito inicialmente, eles deram a impressão de que a política estava presente em seu cotidiano de maneira mais significativa. Seguindo na mesma linha, Carolina contou que votaria em candidatos que “quissem ajudar a todos, e não apenas parte da população”, e que anular o voto seria uma “atitude errada”.

Por outro lado, nos discursos dos três jovens que fariam sua estreia nas urnas de maneira facultativa, o tema da política parecia ter peso ainda maior. Diana, Eduardo e Gilberto apresentaram falas contundentes sobre seus posicionamentos políticos (vale notar que eles se identificavam com espectros políticos diferentes), e demonstraram empolgação em participar da esfera da cidadania de uma forma mais ativa. Diana, por exemplo, explicou que:

Eu prezo muito pelo social, pelo bem-estar, principalmente daqueles que são menos favorecidos. Quem tem dinheiro já tem dinheiro. Óbvio que todo mundo precisa de cuidado, mas os que estão mais à margem, mais à mingua, mais expostos à violência, precisam mais, por isso pesquiso candidatos que têm propostas políticas em relação a isso. Também quero votar em “pessoas que estão dentro”, que façam parte de minorias. Prefiro votar em mulheres porque tem pouca mulher na política e a gente precisa dessa representatividade. A mulher pode falar da mulher melhor do que qualquer homem, então eu procuro achar esse tipo de pessoa. Acho que os homens, brancos, héteros podem ter muita dificuldade de entender a dor e o sofrimento do outro.” (DIANA).

Eduardo, que revelou estar ansioso para votar, explicou que era um liberal, sendo favorável a temas como o casamento gay, legalização da maconha e liberação das armas, pois “acima de tudo, defendo a liberdade”. De acordo com o jovem, muitos brasileiros não sabiam claramente, mas pensavam dessa maneira também. Para ele:

Eu apoio uma menor participação do Estado na sociedade. No meu entender, o Estado não tem interesse no bem-estar social e só traz benefícios para uma elite política, que sustenta o nosso atraso. Ele (o Estado) atrapalha a vida do cidadão de diversas formas, fazendo coisas que não deve, como administrar empresas, nomear cargos... Várias atividades que não são necessárias são praticadas pela área estatal, e isso atrapalha o desenvolvimento do país (EDUARDO).

Gilberto definiu-se como de direita conservador. “Sou liberal, acredito que o Estado não deve intervir tanto na economia, e também sou contra o aborto e a legalização das drogas”, disse. De acordo com Gilberto, para conquistar seu voto um representante precisaria apresentar “as melhores propostas” e acreditar também na economia.

Não adianta o cara dizer que vai construir um monte de escolas, investir na universidade pública, pois ele vai ter que acabar tirando esse dinheiro de algum lugar. Isso pode gerar uma crise no Estado, aumentar a inflação [...]. No Rio de Janeiro a questão da segurança é um dos piores problemas. Um comerciante não pode abrir uma loja, senão ele vai ser assaltado... Tudo isso impede o cidadão de andar na rua à noite, em alguns lugares, porque ele pode sofrer um assalto. Esse medo que a população carioca tem todos os dias de ser assaltado impacta diretamente na escolha do voto (GILBERTO).

Apesar de não ter tirado o título de eleitor antes, durante as eleições de 2016, Fernanda relatou que vivenciava bastante o tema da política, identificando-se com os movimentos negro, feminista e LGBT (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros). Ela acreditava que o voto seria um marco muito importante por ser “nossa única forma de participação direta na política”. A jovem mencionou que optaria por representantes que lutassem pelo “bem comum” e tentassem “mudar a desigualdade social”. Já Ignácio contou que era um “cristão que não concordava com as ideologias de direita”. Na sua escola ele convivia com muitas pessoas com ideias diferentes das dele, e que o interpelavam por ele ser “de esquerda”. Segundo o jovem, “eles falam que a esquerda não segue os princípios cristãos”, em questões como aborto e homossexualidade.

A política deve fazer alguma coisa sobre aquilo que nos convém, como educação, saúde e segurança. Já a religião é algo que a gente acredita. Por causa disso eu me estresso muito na escola, porque as pessoas jogam (piadas) para ver se eu me estresso, e eu discuto muito (IGNÁCIO).

Entre os entrevistados, a única jovem que afirmou ser consideravelmente alheia ao tema política foi Helena. Como não gostava do tema em si e por viver uma rotina muito corrida, ela “não tinha uma opinião política formada”.

Neste primeiro bloco de perguntas, um fator que se revelou presente de maneira marcante sobre o cotidiano dos jovens em relação à política foi a influência de vínculos tradicionais como os laços familiares, as amizades e a escola, através de conversas, sugestões de leitura, discussões travadas sobre visões de mundo e valores, entre outros. Destacamos ainda que os sentimentos de pertencimento em relação à democracia, como orgulho e sensação de fazer a diferença, presentes também em algumas entrevistas de Coleman (2013), foram percebidos pelos jovens a partir do lugar que eles ocupavam em tais vínculos – filha ou filho, aluna ou aluno, amiga ou amigo. Em outras palavras, ser um cidadão em um sistema

democrático envolve a forma como o indivíduo constitui relacionamentos em espaços tradicionais, que possuem natureza individual, privada e subjetiva. Logo, o modo de ser e de agir político desses jovens é formado por uma carga de afetividade, assim como demonstra Coleman em *How Voters Feel* (2013).

Sobre a política no cotidiano dos jovens, ressaltamos ainda a polarização em torno de posicionamentos políticos à esquerda e à direita, com falas opostas sobre o papel do Estado e as liberdades individuais, por exemplo, panorama que dá evidências bem deliadeadas desde as manifestações de junho de 2013, e ganha cada vez mais destaque na sociedade brasileira nos últimos tempos, consolidando-se no país há quase uma década. A partir dos relatos deles, notamos algo que se verifica na conjuntura social como um todo: o racha entre ideais associados à esquerda e à direita, e sob esta perspectiva, a construção de prerrogativas já pressupostas, como a maior (esquerda) e menor (direita) participação do Estado nas dinâmicas sociais. Verificamos assim nos relatos dos jovens que houve, nas suas relações interpessoais, uma falta de disposição para dialogar sobre política, pois as concepções de mundo das pessoas estavam aparentemente embasadas (e arraigadas) em alicerces bem consolidados. André, por exemplo, contou que tentou em algumas situações convencer um amigo de direita sobre uma possível redução de direitos caso Jair Bolsonaro fosse eleito presidente, mas que, para este seu amigo, “não funciova falar sobre fatos e evidências”. Sendo assim, em um determinado ponto deste contexto eleitoral, eles resolveram deixar de lado o assunto “eleições”, apesar de manterem convívio frequente. Desre modo, as divergências se tornaram veladas.

Podemos assinalar também que foi identificado de maneira mais intensa entre os “mais velhos”, que votaram pela primeira vez em caráter obrigatório, os sentimentos de saturação e desgaste em relação a este clima político de polarização. Isto é, os mais velhos demonstraram de forma mais expressiva uma sensação de estresse ou esgotamento em relação à conjuntura política do que os jovens eleitores mais novos (menos de 18 anos), estes últimos mais entusiasmados. Assoaciamos essas posturas ao fato de os acima de 18 anos terem sido mais expostos à conjuntura política que vem se delineando desde 2013 – eles tinham cerca de 13 anos naquela época, e os mais novos, aproximadamente, 11.

3.4.2 Juventude, consumo de mídia e uso de redes sociais

Em relação ao eixo de perguntas “Consumo de mídia e uso das redes sociais”, (ANEXO A), buscou-se investigar se e como os jovens consumiam meios de comunicação para obter informação, especialmente sobre política, neste contexto de eleições, e de que maneira eles se

expressavam sobre o tema “política” em suas redes sociais online. Neste último caso, foi realizada uma breve análise de suas páginas pessoais no Facebook, por meio de perfil criado especialmente para a pesquisa.

André afirmou que não estava buscando se informar sobre candidatos ainda, mas que faria isso em breve, por meio da internet. Além disso, ele destoava dos demais em relação à frequência com que acessava redes sociais, que afirmou ser de aproximadamente uma vez por semana. De fato, foi possível notar em sua página no Facebook uma movimentação inferior em relação aos perfis dos outros jovens, com poucas postagens, nenhuma delas de sua autoria. Todas as publicações eram oriundas de menções ou “marcações” feitas por terceiros, sobre temas ou fotos nas quais ele aparecia. Além disso, ele contava com uma rede de contatos no Facebook consideravelmente menor que a dos demais pesquisados, com 341 amigos.

Bruno, por sua vez, disse que vinha buscando se informar através da leitura do jornal O Globo (seu pai assinava a versão impressa), e por meio da internet. Ele citou como referência o Vice Brasil, portal de jornalismo de origem canadense. Em relação a redes sociais, o jovem destacou que acessava de dez a 15 vezes ao dia para “ver o que tinha de novo”. No momento da entrevista, seu post mais recente no Facebook era de uma reportagem do Vice Brasil sobre Jair Bolsonaro, de quem discordava politicamente – a publicação fora compartilhada por ele com um *emoticon* que evocava ironia e espanto. Na seção de páginas curtidas do Facebook foram identificados perfis de quatro candidatos: presidente, governador, deputado federal e deputado estadual. Nesta rede o jovem contava com 703 amigos durante a pesquisa.

Carolina declarou que se informava lendo a revista Carta Capital, o jornal O Globo e assistindo à TV Globo, e que não costumava se informar pela internet. Em relação a redes sociais, a jovem relatou que acessava o Whatsapp e o Facebook diariamente. Nesta segunda rede social ela possuía 1.295 amigos no momento da entrevista, e suas postagens apresentavam um teor mais pessoal, com imagens e textos que evocam romantismo e afeto. Inclusive sua imagem de perfil expunha uma foto dela com seu par romântico.

Diana citou como referências de informação o portal El País Brasil, de origem espanhola, o portal G1 e a TV Globo. Ela se interessava pela leitura de reportagens contendo propostas de candidatos compiladas, e assistindo a debates e mesas-redondas, mencionando o programa Roda Viva, da TV Cultura, a Globo News e a própria TV Globo. Diana também relatou que usava o Whatsapp e o Facebook todos os dias. Nesta última rede, ela contava com 1.450 amigos, e seguia três políticos e uma página de movimento social no momento da investigação.

Eduardo apontou os portais G1 e O Globo como fontes de informação, além de memes que circulam na internet. Sobre redes sociais, ele afirmou usar constantemente o Whatsapp e o Facebook – sua imagem de perfil nesta rede explicitava o seu apoio a uma candidatura ao cargo de presidente da República, com o nome e número do Partido Novo, o que denotava atividade do ponto de vista do contexto eleitoral.

Fernanda afirmou que não tinha o hábito de assistir televisão, e que privilegiava a internet para obter informações, com destaque para o portal G1. Com uma rede de 901 amigos no Facebook, ela afirmou utilizar com frequência o recurso de compartilhar memes sobre política e também sobre entretenimento nesta rede social. “De entretenimento é o famoso meme que está sempre *rolando*.” Ela assinalou que usava o Twitter e o Whatsapp diariamente, para entretenimento e informação.

Gilberto contou que gostava de visitar os canais do Youtube “Diego Rox Oficial”, “Nando Moura”, “Movimento Brasil Livre - MBL”, além de sites de portais jornalísticos, como G1 e O Globo, e que há pouco tempo havia feito um teste para saber em que tipo de espectro político ele se encaixava. “Não sou muito de entrar no Facebook, mas agora estou usando mais, em época de eleições, para ver o que os outros estão colocando”. O jovem contava com 1.216 amigos na rede, no momento da entrevista. Ele afirmou que utilizava mais o Whatsapp e o Instagram. No primeiro, o jovem disse que pertencia a alguns grupos nos quais recebia e compartilhava informações, e no Instagram ele acompanhava páginas de política. Gilberto disse ainda que acessava tais redes todos os dias, durante seu tempo livre, “quando não tinha nada para fazer, quando estava comendo e antes dormir”, mas que não possuía “o mínimo costume de postar” com suas palavras, optando por se posicionar por meio de curtidas e reações.

Helena mencionou não ter o hábito de consumir informações por veículos de comunicação. Sobre redes sociais, ela afirmou que usava mais Twitter, Instagram, Whatsapp, “o tempo todo (*risos*)”, e menos o Facebook (onde exibia 1.728 amigos). A jovem falou também que não costumava produzir posts sobre política, tampouco fazia “textão”. Da mesma forma, Ignácio não mencionou nenhum veículo de mídia específico como referência para obter informação. O jovem relatou que usava Instagram, Twitter, Facebook (2.818 amigos) e Whatsapp, todos os dias e toda hora, “menos na hora de dormir”.

De maneira geral, os jovens mencionaram veículos de informação tradicionais da grande mídia no Rio de Janeiro como referência para obter informação, como o jornal O Globo e o portal G1, embora também tenham havido referências a portais jornalísticos de origem estrangeira, como El País Brasil e Vice Brasil. Vale notar que ser um leitor de jornal foi apresentado como um qualificador em mais de uma situação, o que é surpreendente em um

momento de crise do jornalismo em todo o mundo, com a redução do número de redações e a demissão de profissionais.

Em relação a redes sociais, não surpreende a frequência de uso dos jovens. De diferentes formas, tais redes estão presentes no cotidiano deles, conforme indicado anteriormente nas pesquisas citadas neste trabalho, e como podemos observar no dia a dia de grandes centros urbanos. Nas palavras deles, as redes sociais são acessadas com diferentes finalidades, incluindo o entretenimento e a leitura de notícias. O Whatsapp se destacou como rede mais mencionada por eles, que abordaram não apenas a troca de mensagens por meio desta rede social privada, assim como a participação em grupos, a publicação de status e o compartilhamento e/ou recebimento de toda a sorte de conteúdo, como matérias jornalísticas, fake news e recursos audiovisuais os mais diversos, tais como memes, vídeos e áudios.

Outros elementos interessantes citados pelos jovens em relação a redes sociais foram os recursos de exibição e visualização de mensagens de transmissão momentânea tais como *stories* e *chats*, bem como a importância de pessoas influentes e um determinado grupo ou nicho, os chamados influenciadores digitais, como referência para obter informação. Esses dois aspectos foram percebidos na fase exploratória, e discutidos com mais detalhes nas entrevistas em profundidade. Logo, eles serão retomados mais à frente, em **Resultados das Entrevistas em Profundidade**.

3.4.3 Jovens e política nas redes sociais

Seguindo o terceiro eixo de perguntas da pesquisa exploratória, abordamos especificamente a temática “Política nas redes sociais” (ANEXO A), com intuito de averiguar de que maneira os jovens vinham se relacionando com este assunto em suas próprias redes, no contexto das eleições de 2018.

André declarou que no cenário das eleições o assunto “política” estava presente em cerca de um quarto ou um quinto das postagens em sua *timeline* no Facebook e na maior parte das vezes ele tinha afinidade com os posicionamentos que apareciam, apesar de, vez por outra, ter se deparado com algum conteúdo do qual discordava. Analisando sua página, não foi identificado nenhum conteúdo estritamente político, confirmando sua seguinte afirmação: “Não sigo partidos ou candidatos nem gosto de postar sobre assuntos políticos, para não causar discussões ou coisas do tipo”. Em relação ao Whatsapp, André revelou ter combinado uma espécie de código no grupo de sua família: vestir uma camisa da cor branca para ir votar. Ele também destacou que usou o Whatsapp para tentar conversar com amigos que estavam

indecisos, comentando ainda sobre um amigo de escola que costumava publicar no status do Whatsapp “mensagens” preconceituosas e com quem travara uma discussão, nesta rede, através de mensagens privadas.

De acordo com Bruno, o tema “política” estava muito presente em sua *timeline* do Facebook e nos seus grupos de Whatsap. No Facebook, ele seguia páginas de conteúdo político, mas preferia não compartilhar nem produzir publicações. “É raro eu postar textos meus, mas quase sempre que eu me manifesto é sobre alguma coisa que demonstra a minha opinião contrária sobre aquilo.” Segundo ele, a maioria das postagens que visualizava sobre política continha posicionamento político semelhante ao seu, mas ele admitiu ter excluído pessoas “que não eram seus amigos na ‘vida real’, por elas publicarem mensagens consideradas de teor agressivo. Bruno afirmou ter se preocupado em compartilhar “notícias apuradas”, apontando a expressiva propagação de notícias antigas como se fossem atuais, e que na sua percepção, essas mensagens foram mais disseminadas pelo Whatasp.

Carolina comentou que, em certa ocasião, havia publicado uma mensagem com viés político em seu perfil do Facebook, o que gerou muitos comentários conflitantes, e por isso, desde então, ela evitava postar, para não se deparar com “textões” na sua seção de comentários. “Acho que não vale pena”, expressou. A jovem relatou também que buscava manter em sua *timeline* do Facebook todo tipo de conteúdo, abrangendo tanto aqueles com os quais sentia mais empatia como mensagens das quais discordava, pois não gostava da ideia de se fechar em uma bolha. “Às vezes, dependendo do post, eu reajo com ‘haha’ ou com a carinha de triste, para não perder a pessoa, porque se você não interage de alguma maneira, esta pessoa deixa de aparecer na sua linha do tempo.” No Whastapp, a jovem mencionou ter se incomodado com fake news recebidas em seu grupo da família, diante do que ela “bateu de frente” em diversas situações.

Diana analisou que o assunto “política” estava muito presente em sua *timeline* do Facebook, havendo uma preponderância de pensamentos similares ao seu, mas também mensagens dissonantes. A jovem, que seguia três políticos e uma página de movimento social nesta rede, fez a seguinte afirmação: “Só posto sobre política quando acontece uma coisa muito séria e só faço comentários em perfis de pessoas que eu realmente conheço, e da forma mais pacífica possível, porque não gosto muito de confusão”. Diana mencionou também que havia se sentido contrariada com os compartilhamentos feitos por sua avó em grupo de família do Whatsap. “A minha vó ficava mandando um monte de coisas, mas aí minha família brigou feio com ela, e ela parou. E olha que ela nem vota, pois não tem condições de sair de casa. Minha tia ficou muito irritada e saiu do grupo”. A jovem relatou que acabou excluindo algumas pessoas

do Facebook por causa de postagens agressivas sobre política, apontando como exemplo uma situação ocorrida com um tio, que compartilhou uma mensagem contrária a “feministas de suvaco cabeludo”, o que fez Diana se sentir pessoalmente atacada.

Após algumas semanas realizando constantes publicações sobre política em seu Facebook, Eduardo narrou que estava adotando uma posição mais neutra em suas redes sociais para evitar desavenças. Ele inclusive manifestou um fato curioso: “Optei por um posicionamento que não é verdadeiro, no Facebook, no mais para apaziguar os ânimos com minha família e amigos”. O que ele fez foi manifestar sua preferência de voto ao candidato do PT à Presidência, Fernando Hadadd, por meio de um filtro de imagem, porém, mais à frente, na entrevista presencial, após o segundo turno das eleições, o jovem confidenciaria seu voto no candidato Jair Bolsonaro para presidente, conforme abordaremos a seguir, explicando que, mesmo não concordando com muitas atitudes do ex-deputado federal, o mais importante era evitar que o PT voltasse a ocupar o Poder Executivo federal.

Fernanda assinalou ter se envolvido em muitas “tretas” sobre política naqueles tempos de eleições, e que havia excluído muitas pessoas (e também tinha sido excluída) de redes sociais. O assunto “política” estava “fervilhando” em suas redes: no Whatsapp ela disse ter se deparado com muitas fake news contendo “conteúdos absurdos” nos grupos da família, quase que diariamente, os quais ela rebatia com os “links das matérias verdadeiras”. No Facebook ela afirmou que o clima estava menos tenso pois ela havia se “fechado em uma bolha, sem muitos pensamentos contrários”.

Um ponto interessante relacionado à política nas redes sociais de Gilberto foi o fato de o jovem ter afirmado que estava acompanhando os perfis dos principais candidatos a presidente e seus partidos no Instagram, para assistir aos *stories* no dia a dia. Ele também interagiu mais em *lives* de candidatos. “Já recebi até resposta de um candidato no chat da *live*” (*risos*). Em redes sociais, ele citou o Whatsapp como principal forma de interação, para falar sobre política. “Nos grupos dos meus amigos, sempre mandamos algum meme ou alguma notícia”, diz, “mas a gente interage também na escola, na hora do almoço”. O jovem demonstrou inquietação sobre a quantidade de fake news circulando em suas redes sociais, “dos dois lados”. Segundo ele, era possível identificar essas notícias falsas pois havia lido previamente os planos de governo dos candidatos. O jovem contou ainda que tinha recebido muitas “correntes” em grupos de familiares do Whatsapp sobre política. Aliás, nesta rede ele mencionou sua participação em grupos que tratavam exclusivamente de política, por onde circulavam notícias, imagens, vídeos. Um dos grupos chamava-se “Terremoto Conservador 17” (com 14 integrantes e imagem da bandeira do Brasil como tema de perfil), e o outro tinha o nome de “Jovens de Direita” e havia

sido criado pelo próprio Gilberto, contendo seis integrantes. Ainda que tais grupos fossem formados por pessoas “do mesmo lado”, houve divergência no menor deles, envolvendo o próprio Gilberto, e um dos integrantes acabou deixando o grupo.

Helena informou que não usava suas redes sociais para tratar sobre política, e que não seguia candidatos ou partidos, não publicava mensagens sobre o tema tampouco havia excluído ou tinha sido excluída por causa deste assunto. “Eu não tenho uma opinião política muito bem formada, mas tem aquilo que eu não acho certo, por exemplo, o militarismo. Acho que as prioridades são outras, como o respeito”.

Ignácio afirmou que estava evitando publicar em redes sociais assuntos sobre política para não gerar polêmicas, como um conflito que teve com uma tia, depois do qual ele foi bloqueado na rede de relacionamento dela. No Facebook, Ignácio só curtia os candidatos a presidente e governador de sua preferência. Nas redes sociais online ele revelou interagir mais com amigos sobre política do que com a família. “A família eu ignoro. Tem um grupo (de Whatsapp) que desapareceu, pois antes era grupo da família e agora virou grupo de política.” O jovem destacou que estava recebendo muitas fake news. No momento da entrevista, Ignácio havia optado por não se expressar tanto sobre política, nem pessoalmente nem utilizando redes sociais. “Eu percebi que, falando ou não falando, nada adianta. As pessoas são muito “mente fechada”.

Apesar das diferenças entre si, os jovens eleitores estreantes demonstraram ter algo em comum em seu comportamento sobre política nas redes sociais: a ação de evitar conflitos, embora em muitas situações isto não tenha sido possível, conforme eles disseram. Vale destacar que a informação política neste contexto eleitoral circulou de maneira expressiva nas redes sociais dos jovens – corroborando o que Margetts, John, Hale, Yasseri (2016) afirmam sobre tais redes funcionarem como uma espécie de termômetro dos acontecimentos políticos do momento. Logo, o cenário de competição eleitoral, que por si só já é marcado pela disputa da atenção e do voto do eleitor, no contexto de clima conturbado e polarizado do Brasil de 2018 gerou um acirramento dos ânimos, o que se resvalou para as redes sociais.

Sendo assim, os jovens manifestaram um certo cansaço ou esgotamento em relação a discussões sobre política em redes sociais, optando por preservar a si mesmos e suas relações pessoais de desavenças, o que envolveu determinadas atitudes. Entretanto, o comportamento deles revelou-se de maneira diferente nas redes mais citadas, o Facebook e o Whatsap.

De maneira geral, no Facebook eles evitaram elaborar publicações sobre política com textos de sua autoria, isto é, utilizando as próprias palavras como recursos de expressão. Nesta rede, eles preferiram manifestar interesse em mensagens veiculadas por terceiros, por exemplo

com os botões “curtir” e suas possibilidades de reação – “amei”, “haha”, “triste”, “raiva” e “uau” – ou através de comentários, apenas quando havia alguma afinidade de pensamento em relação ao conteúdo postado, ou quando era alguém com quem eles estabeleciam laços na vida pessoal. Somente neste último caso eles admitiram a possibilidade de se envolver em situações de desacordo, reagindo ao post de forma a assinalar esta discordância. Mesmo assim, de acordo com todos eles, os atritos ou “tetras” foram evitados.

Já no Whatsapp, esta configuração ocorreu de maneira diferente, pois neste ambiente os jovens se sentiram mais à vontade para se envolver com questões políticas, elaborando e compartilhando as próprias mensagens e tendo mais disposição para travar discussões. Isto porque o Whataspp é uma rede social privada, em que a atividade digital, neste caso a discussão política online, não adquire tanta visibilidade como no Facebook. Nesta rede, as dinâmicas de formação de grupos em torno de interesses comuns, os *link minded* mencionados por Graham (2015) verificou-se de maneira mais expressiva, assim como a exposição a fake news – o fato de se tratar de rede social privada favorece a propagação deste tipo de conteúdo. Esta situação provocou incômodo desses jovens, que identificavam tais notícias desconfiando de elementos como exagero e aspectos emocionais, porém parecidos com matérias jornalísticas, características descritas por Bakir e MCStay (2017) e Tandoc Jr. e colaboradores (2017). Interessante foi notar na fala deles a iniciativa de buscar “rebater” as tais fake news com fontes mais confiáveis, em sua maior parte veículos da grande imprensa.

Para finalizar, vale acrescentar que a exposição a posicionamentos políticos contratários, mencionada por Graham (2015) como exposição inadvertida, foi relatada como pungente tanto no Facebook quanto no Whatsapp, e gerou uma série de consequências: as menções a saídas de grupos de Whatsapp e a bloqueios no Facebook, em que os próprios jovens estavam envolvidos ou apenas eram coadjuvantes, ou mesmo espectadores, foram frequentes nesta fase exploratória (situação agravada posteriormente).

3.5 Resultados das entrevistas em profundidade

Conforme mencionado antes, as entrevistas em profundidade ocorreram entre os dias 13/12/2018 e 08/01/2019, de forma presencial, após as eleições. Adotamos um roteiro semiestruturado com perguntas fixas e respostas abertas (ANEXO B) e exploramos mais a fundo questões que já haviam sido abordadas por telefone, bem como outros elementos que surgiram ao longo das conversas. A seguir, apresentamos as conclusões obtidas, articulando as discussões expostas nos capítulos anteriores com as percepções colhidas, em três tópicos:

“Micro atos de exposição política”, “A lógica dos sistemas de recomendação na política”; e “Como se sentem os jovens eleitores? Os afetos mobilizados nas eleições”.

3.5.1 Micro atos de exposição política

Dialogando com a expressão “micro atos de participação”, tradução livre de “*tiny acts of participation*” (MARGETTS et al., 2015), observamos que os jovens entrevistados nesta pesquisa relataram uma série de procedimentos ou ações em redes sociais relacionadas ao contexto das eleições que são caracterizadas como “micro” por serem breves, instantâneos, por não exigirem necessariamente uma grande demanda de tempo, bem como por serem motivados por movimentos individuais. Tais atos também são qualificados como atividades de exposição, pois, como argumentaremos adiante, possuem uma estreita relação com as atitudes de demonstrar ou exteriorizar um pensamento, que pode ser do próprio jovem ou de outrem, e que têm como efeito manifestações de concordância ou discordância. Sendo assim, as dinâmicas descritas mobilizaram mais uma perspectiva de exposição, no sentido de exibição ao mundo externo, do que de participação, que do nosso ponto de vista denota mais movimentos de intervenção em relação a algo. Isso não significa que não foram identificados “micro atos de participação”, tal como descrevem Margetts e colaboradores (2015), mas sim que verificamos, ao longo da nossa trajetória acompanhando os jovens que constituem o objeto desta pesquisa, uma maior prevalência de ações que chamamos de “micro atos de exposição política”.

Como primeiro exemplo, um micro ato de exposição política amplamente desempenhado foi a aplicação de filtros na própria foto do perfil do Facebook, do Whatsapp e outras redes sociais. Tais ferramentas são uma espécie de “máscara” ou moldura temática, nas quais a imagem do próprio usuário se mescla a um tema específico. Disponibilizados pelos próprios sites de redes sociais ou aplicativos online, esses filtros de perfil se configuram como uma maneira de exibir para os demais um posicionamento ou causa, e são inseridos de forma relativamente rápida – o Facebook, por exemplo, permite ao usuário criar um tema personalizado a partir da própria plataforma, que deve ser aprovado pelos administradores da rede social antes de ser aplicado.²⁸ Conforme dito anteriormente, Eduardo exibia como foto perfil do Facebook uma imagem de apoio ao Partido Novo. Após o primeiro turno das eleições ele a substituiu por um filtro que continha a expressão “PT Não” e, posteriormente, conforme nos confidenciou, pressionado por amigos e familiares, mudou seu perfil mais vez declarando

²⁸ Informação disponível em https://www.facebook.com/help/1476775522631878?helpref=faq_content.

apoio ao candidato à Presidência Fernando Haddad, do Partido dos Trabalhadores (PT). Vale mencionar que o jovem revelou que acabou optando por votar em Jair Bolsonaro.

Outro micro ato de exposição política descrito pelos jovens foi a publicação de status no Whatsapp, ferramenta que permite ao usuário compartilhar imagens, GIFs e vídeos editáveis com textos, emojis²⁹ e desenhos, e que possuem duração de 24 horas (isto é, “somem” da plataforma após este período), apresentando assim um aspecto de fugacidade. Apropriado da rede social Snapchat, este recurso em geral é utilizado para manifestar estados de espírito ou a situação em que se encontra o usuário³⁰, e no contexto das eleições, segundo os jovens, foi frequentemente empregado para exibir posicionamentos políticos, emitir provocações, “desmascarar” fake news, entre outros motivos. Ignácio contou que se deparou com uma frase atribuída à então candidata à Vice-Presidência pelo PT, Manuela D’Ávila, no status do Whatsapp de uma colega da sua igreja, e que, desconfiado, foi pesquisar no Google se a citação de fato havia sido proferida pela candidata. O jovem descobriu então que se tratava de uma expressão de autoria de John Lennon e, em seguida, publicou em seu próprio status do Whatsapp que Manuela D’Ávila estava sendo vítima de uma fake news, em uma espécie de resposta indireta.

Produzir *stories* no Instagram e acompanhar tais publicações de políticos e candidatos também são exemplos de micro atos de exibição política constatados nesta pesquisa. Similar ao status do Whatsapp (porém com mais possibilidades de aplicar efeitos especiais), tal ferramenta permite a veiculação de imagens e vídeos com acréscimos de desenhos, emojis, textos, filtros e outros efeitos, em mensagens que igualmente apresentam duração de um dia e, depois disso, saem do ar.³¹ Gilberto foi um espectador de *stories* dos principais candidatos à Presidência e ao Governo do Estado, incluindo aqueles de posicionamento político diferente do seu. Segundo ele, esta era uma alternativa de acompanhar as propostas e as movimentações de campanha dos candidatos, sem intermediações de jornalistas e, assim, “desmentir fake news e aquilo que a imprensa inventa (GILBERTO, 2018)”.

Mais um recurso que podemos classificar como micro ato de exibição política e que foi citado pelos jovens entrevistados foram as *lives* dos candidatos, transmissões de vídeo ao vivo viabilizadas por *streaming* (que, grosso modo, é uma tecnologia de envio de dados multimídia por transferência direta, sem a necessidade de download para baixar arquivos³²). Estas

²⁹ Emoji é um ideograma ou pictograma, isto é, uma imagem que transmite uma ideia. Ícones usados em interações em ambientes digitais, associados a elementos interpessoais de linguagem e que remetem à informalidade. (OLIVEIRA et al., 2018).

³⁰ Informação disponível em https://faq.whatsapp.com/en/android/26000031/?lang=pt_br

³¹ Informação disponível em <https://postcron.com/pt/blog/instagram-stories/>

³² Significado extraído do site <https://www.significados.com.br/>.

transmissões, viabilizadas por redes sociais como YouTube, Facebook e Instagram, possibilitam a abertura de caixas de bate-papo ou *chats*, função citada pelos jovens como utilizada amplamente na campanha eleitoral de 2018. Aliás, é interessante pensar nesta ferramenta fazendo um contraponto com o formato de propaganda eleitoral veiculado em TV e rádio, com horários e tempos de duração fixos, definidos pela legislação eleitoral, sendo o tempo dividido entre os partidos, em função da representatividade que eles possuem no Legislativo, o que acarreta em propagandas com tempos muito diferentes entre si. Do contrário, as *lives* se configuram como produtos produzidos a qualquer momento e sem uma duração delimitada. Gilberto contou que se sentiu orgulhoso quando um candidato ao Governo do Estado do Rio de Janeiro respondeu a uma pergunta sua, durante uma *live*.

Dessa maneira, identificamos a manifestação de “micro atos de exibição política” como um elemento significativo das eleições de 2018. Entendemos, portanto, que através desses “micro atos”, os jovens externalizaram seus próprios posicionamentos políticos, assim como se expuseram a quadros interpretativos de outras pessoas. Na perspectiva da discussão política online, enquanto interação entre os cidadãos sobre temas de relevância pública em ambientes digitais (GRAHAM, 2015), tais dinâmicas colocaram em evidência a exposição seletiva de mensagens, com a formação grupos de pessoas com pensamentos semelhantes – Gilberto citou os grupos de Whatsapp “Jovens de Direita” e “Terremoto Conservador”; Diana disse que passou a fazer parte de um grupo no Facebook chamado “Mulheres Contra Bolsonaro”; André, que se descreveu como discreto ao se expor politicamente, revelou que entre seus grupos de Whatsapp predominava a expressão de concepções políticas semelhantes. Por outro lado, os micro atos de exibição política possibilitaram a exposição inadvertida a visões de mundo opostas: Carolina relatou ter se deparado constantemente com opiniões das quais ela discordava emitidas por um tio, no grupo de Whataspp da família, e o mesmo ocorreu com Diana, em relação à sua avó, e com Eduardo e seus primos; de acordo com Helena “no grupo de Whastapp da faculdade teve gente saindo e gente sendo expulsa”, por conta da intolerância a opiniões divergentes.

3.5.2 A lógica dos sistemas de recomendação na política

Conforme discorrido no item 1.4, os fluxos de informações em redes sociais e em outras plataformas de internet, organizados por arranjos de códigos algoritmos que selecionam as mensagens a serem exibidas na web, fundamentam-se em uma lógica de recomendação de itens – como livros, músicas, roupas, matérias jornalísticas, etc. –, que provavelmente irão suscitar o interesse dos usuários. Sendo assim, esta sistemática de recomendação é baseada em mecanismos

de filtragem construídos a partir de análises e combinações de dados sobre o comportamento dos usuários em ambientes online. Destacamos ainda que tais processos são “camuflados”, isto é, invisíveis aos usuários (PARISER, 2012; ARVIDSSON; DANAHER; O’NEIL, 2016). Sendo assim, ao longo de nosso percurso com os jovens entrevistados, identificamos que este padrão de recomendações se manifestou para além dos códigos algorítmicos, observando-se também nas relações interpessoais, especialmente em interações entre pessoas ocorridas em redes sociais. Consequentemente, este espelhamento em relação ao padrão de recomendações dos algoritmos constituiu-se como um vetor de influência sobre comportamentos e posturas políticas. De acordo com Pariser (2012), “os algoritmos que orquestram a nossa publicidade estão começando a orquestrar nossa vida.

Diana relatou, por exemplo, que em seu perfil no Instagram acompanhava constantemente a página de seu professor de Matemática, que publicava todos os dias uma compilação de matérias jornalísticas selecionadas como uma espécie de cobertura política, e em seguida produzia *stories* – vídeos de curta duração partir dos quais este professor elaborava contextualizações sobre as notícias que veiculara antes, dando explicações e traçando analogias com outros acontecimentos políticos. A jovem afirmou se sentir mais informada desta maneira, pois assim “ficava sabendo mais das coisas”:

Estou sempre sabendo das coisas pelo Instagram desse meu professor. Ele é assinante de jornais, e é muito politizado. Eu acredito nele pois tudo que pesquisei (que ele postou) era verdade. Óbvio que ele é super tendencioso para o lado dele. Além de postar ele explica por meio de vídeos. Ele compartilha matérias de sites de notícias e depois faz vídeos para explicar o que postou. (DIANA, 2018).

Posto isto, verificamos que a jovem recorreu de maneira frequente às recomendações do noticiário político escolhido e posteriormente publicado pelo professor, bem como aos posicionamentos dele, por meio de uma série de postagens em uma rede social. Este quadro sinaliza um padrão de recomendação de consumo de mensagens algo semelhante ao que se verifica nos algoritmos que ditam os fluxos de informação em plataformas de internet, no sentido de que os conteúdos sobre política foram acessados pela jovem a partir de recomendações prévias do professor, isto é, da filtragem e seleção de reportagens feitas anteriormente por ele. Constatamos ainda que Diana tinha a consciência de que os posts de seu professor continham posicionamento político assumidamente declarados – e inclusive entendemos que este era um dos motivos preponderantes que mobilizavam a jovem a acessar este perfil do Instagram.

Outro exemplo desta lógica de recomendações passando a integrar a “própria vida” dos jovens através do uso de redes sociais foi relatado por Gilberto, que assistia constantemente aos

canais do YouTube “Diego Roxy Oficial” e “Nando Moura”, ambos defensores de ideais conservadores e que também promovem leituras próprias e enquadradas sobre a cobertura midiática a respeito de acontecimentos políticos. O jovem, que revelara desconfiar da imparcialidade de veículos midiáticos tradicionais, disse que era assinante de canais no YouTube a fim de obter informações, segundo ele, mais condizentes com o que ele pensava. Gilberto citou como exemplo o vídeo “Ele Não? Famosos, Mulheres e a Verdade” transmitido no dia 19/09/2018, que teve 2.201.151 visualizações, em que o *youtuber* Diego Roxy emitiu sua própria concepção sobre os protestos contra Jair Bolsonaro, chamados de “Movimento #EleNão”, série de manifestações populares lideradas por mulheres realizadas em diversas regiões do Brasil e do mundo, tendo como principal finalidade demonstrar repúdio contra a candidatura de Bolsonaro à Presidência:

Pra você entender um pouco desse lance dessas porcarias globais se manifestando na internet. Pra você entender esta inversão de valores no país, onde o errado é certo e o certo é errado, onde um poste faz xixi em um cachorro, eu vou ter que entrar em um outro assunto, só pra você entender a profundidade da desgraça. Antônio Gramsci, que foi um dos fundadores do Partido Comunista italiano, um dos pensadores mais importantes do comunismo. Nas universidades ele é considerado como um deus, mas não passa de um servo do demônio Karl Marx [...]. Antônio Gramsci dizia que a implantação do comunismo não deve se dar pela força, mas de forma pacífica e sorrateira, infiltrando lenta e gradualmente a ideia revolucionária. [...] Agora vamo (sic) entrar na hashtag “Ele Não”. Essa hashtag [...] surgiu naquele grupinho “Mulheres Contra Bolsonaro”, que na verdade deveria se chamar “Militantes Pró-Lula, Pró-Ciro, Pró-Haddad, Pró-Stalin, Pró-Karl Marx, Pró-Gramsci, Pró-Genocídio Comunista. (Transcrição da autora, após o entrevistado ter mencionado o episódio. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=4rG8v9y0fgo>. Acessado em 05/04/19).

O padrão de recomendação que extrapola os algoritmos para o comportamento das pessoas em redes sociais foi identificado igualmente no relato de Carolina a respeito do padre da igreja católica frequentada por ela. Durante o sermão proferido em uma missa, às vésperas das eleições, o sacerdote disse o seguinte (nas palavras dela): “Como líder cristão eu não estou autorizado a dizer em quem vocês devem votar, mas posso afirmar que vocês, como cristãos, não devem votar em quem é contra os valores tradicionais da família cristã.” Pois bem, Carolina mais adiante descobriu que este mesmo padre havia substituído sua foto de perfil no Facebook, aplicando um filtro de imagem que manifestava apoio ao então candidato à Presidência Jair Bolsonaro. A jovem se deparou com esta alteração, relatando que o fato acabou servindo como recomendação ou inspiração para outros fiéis, cujos comentários na publicação do sacerdote não deixavam dúvidas: “Como a maioria deles tinha o padre no Facebook, depois que ele colocou o filtro do Bolsonaro, várias pessoas comentaram no post coisas como ‘Ah padre, se o

senhor vai votar nele eu também vou.” Carolina demonstrou irritação com as atitudes tanto do padre como dos fiéis que fizeram estes comentários.

Por fim, a disseminação de fake news em grupos de Whatsapp e em postagens no Facebook, situação relatada em diversos momentos em todas as entrevistas, também pode ser compreendida sob a ótica desta lógica de recomendações. Os jovens revelaram incômodo e repúdio ao se depararem com estas matérias falsas, identificando-as a partir de elementos como exagero, escárnio, tentativa de difamação de outras pessoas, características mencionadas por Tandoc Jr. e colaboradores (2017) e Bakir e MacStay (2017). Diante disto, inferimos que o ato de receber e repassar este tipo de conteúdo, sem que antes seja realizada alguma checagem, pressupõe alguma confiança sobre o que está sendo veiculado, ainda que estas notícias falsas apresentem elementos que mobilizem descrédito (como exagero e humor, conforme a fala dos próprios jovens). Em outras palavras, podemos relacionar a ação de compartilhar fake news, muito presente nessas eleições de 2018, à lógica de recomendações que vêm ganhando cada vez mais importância nas dinâmicas sociais, transpondo-se para além do fluxo de informações por meio de algoritmos em plataformas de internet. Isto porque a ação de receber e repassar fake news para interlocutores que provavelmente irão se interessar por essas mensagens sobrepõe-se a possíveis dúvidas e incertezas de quem recebe e compartilha essas notícias falsas.

3.5.3 Como se sentem os jovens eleitores? - Os afetos mobilizados nas eleições

A partir do acompanhamento dos jovens nos meses anteriores e posteriores às eleições de 2018, e inspirados por Coleman (2013), identificamos que os afetos mobilizados ao longo desta trajetória foram os mais variados, entre eles orgulho, empolgação, tensão, saturação, desânimo e frustração.

Sobre o momento da votação em si, André narrou que havia sido interessante ver o movimento de todas as pessoas se dirigindo para as seções eleitorais, algumas de sua própria família, muitas delas estampando adesivos, camisetas de candidatos ou a camisa da seleção de futebol brasileira. Já Eduardo se surpreendeu com o clima pacífico do momento de votação: “Engraçado, fora daquele ambiente todo mundo se atacando, mas ali estavam convivendo... Pessoas com a camisa do Brasil, eu com a do Novo, outras com adesivos de esquerda... Neste momento parece que dão a batalha como encerrada”. Gilberto contou que ficou nervoso porque demorou muito até ele conseguir votar, e que também se sentiu desconfortável com o olhar das pessoas ao redor: “Vi muita cara feia olhando para mim e teve uma hora que eu até fiquei com

vergonha porque estava usando a camisa do meu candidato (Jair Bolsonaro), mas mesmo com o pessoal olhando, teve respeito”, acrescentou ele.

Esses depoimentos dialogam com Coleman (2013) quando o autor aborda que as eleições são o acontecimento político mais emblemático em democracias representativas, imbuído de uma carga simbólica expressiva, já que corresponde à concretização da vontade geral, com o poder de decisão dos cidadãos sendo transferido a representantes. Votar também reflete princípios caros à democracia, tais como o respeito a diferenças, a igualdade entre os cidadãos e a liberdade em relação à opressão. (COLEMAN, 2013). Porém, em paralelo, as eleições possuem um aspecto de regularidade enquanto atividade que se realiza de tempos em tempos a fim de manter o sistema político em funcionamento, o que remete à rotina (COLEMAN, 2013). Ademais, os locais de votação se constituem como espaços impessoais e silenciosos, onde em geral os votantes se falam pouco, com educação e cortesia, constituindo uma espécie de performance social única (COLEMAN, 2013).

Segundo Coleman (2013), o ato de votar evoca nos eleitores os sentidos de dignidade, autonomia e poder de decisão, constituindo-se como momento de se colocar no mundo, e os relatos dos nossos jovens ratificam este entendimento. Perguntado sobre como se sentiu, Eduardo respondeu: “Adulto” (risos). Ele contou que se enxergou “com mais responsabilidade”, “mais incluído”, o voto deixando de ser apenas um bate-papo no colégio para se tornar algo real. Diana, que tirou o título aos 17 anos no último dia do prazo estipulado, após ter enfrentado fila de duas horas, sentiu-se feliz após ter votado. “Se eu não tivesse participado disso tudo, para eu me colocar com mais afinco eu precisava estar votando, senão eu não ia sentir que estava fazendo alguma coisa.” Para Fernanda, votar foi muito importante pois esta é a “nossa única forma de participação direta na política”. Gilberto declarou que ficou “empolgado” e “orgulhoso em participar da cidadania e acreditar no país de alguma forma.” Ignácio falou que “estava lotado mas eu saí de lá feliz, pois era a primeira vez que tinha votado.”

Ainda sob a ótica de Coleman (2013), as eleições criam um repertório de memórias populares (COLEMAN, 2013), e nossos jovens confirmaram isto. Diana narrou que “desde pequena, sempre ia votar com a minha mãe. Iam caravanas para Bangu, porque a família dela é de lá, e por isso ela vota lá. Era incrível”. Fernanda e Gilberto também revelaram que iam votar acompanhando suas mães – elas inclusive permitiam que os filhos digitassem os números da urna eletrônica, o que provocava neles uma sensação de emoção. André disse que havia combinado de almoçar com a mãe e a irmã, porém como permaneceu na fila de votação por um longo, quando chegou no restaurante elas já tinham terminado a refeição. Aliás, os almoços em dias de votação foram mencionados também por Eduardo como hábitos de sua família.

O contexto das eleições marcou significativamente as relações interpessoais dos jovens. Conflitos, desentendimentos, “silenciamentos” de grupos de Whatsapp, exclusões também de grupos de Whatsapp e de redes do Facebook foram protagonizados por eles ou apenas vivenciados como espectadores. André se surpreendeu quando um colega perguntou, em um grupo no Whatsapp, se ele e sua mãe saíam do Brasil após o resultado das eleições. Segundo o jovem, o questionamento havia sido em tom agressivo. Ignácio travou muitas discussões com pessoas da sua igreja e da sua família, por meio de redes sociais; Carolina se desentendeu com um tio; Fernanda entrou em uma “treta” com um desconhecido no Facebook.

Outro elemento “mobilizador de afetos” bastante citado pelos jovens foi a disseminação de piadas, do escárnio e da ironia como recursos para defender posicionamentos políticos ou desestabilizar ideias contrárias e, dessa maneira, desencadear sentimentos como desconforto e tensão. Os jovens mencionaram diversos e variados exemplos os quais situações como esta ocorreram, tais como conversas em grupos de Whatsapp, comemorações de Natal, partidas de *game* em grupo, além das próprias mensagens de campanha política transmitidas pelos então candidatos a cargos públicos.

Depois de consolidados os resultados das eleições, os relatos emitidos pelos jovens foram em grande medida fragmentados e por vezes desconexos, o que é comum, segundo Coleman (2013). Muitos deles já não se lembravam de todos os candidatos em que tinham votado, e suas falas continham hesitações, pausas, remetendo a um futuro sobre qual muitos não se sentiam seguros. Helena disse que estava torcendo para haver melhoras em relação à saúde e educação, e Fernanda falou que se sentia vulnerável: “Estou dentro de todas as categorias à mercê em relação à violência, por questões ideológicas, racismos, homofobia...”. Ignácio disse:

Se tornou um problema (o resultado) para a gente que é pobre. Questões sociais, para a gente pequena, pois eles só pensam nos ricos. A direita valoriza mais que tem mais dinheiro. O que pode afetar é o estudo... Eu acredito que eles vão querer mudar alguma coisa no Ministério da Educação. Tenho medo de ter alterações que me prejudiquem. Já trabalhei no Supermarket, como jovem aprendiz, mas quero mesmo ser professor. (IGNÁCIO).

Logo, a variação e multiplicidade dos afetos gerados a partir das eleições nos faz concordar com Coleman (2013) quando ele assinala, em relação ao voto: “É difícil pensar em outra prática social que tenha uma carga tão grande de significação instrumental e afetiva³³.” (COLEMAN, 2013).

³³ Tradução livre do trecho: “*It is hard to think of any other social practice that bears such a great weight of instrumental and affective signification;*” (COLEMAN, 2013).

3.6 Meu primeiro voto: eleitores conectados nas eleições de 2018

Concluindo esta pesquisa com jovens eleitores estreantes nas eleições de 2018, em que buscamos responder à pergunta: “Em um cenário de conexão constante e de disseminação do uso de redes sociais no cotiadano das pessoas, sob quais condições se deu o primeiro voto de um grupo de jovens eleitores do Rio de Janeiro?”, chegamos a quatro conclusões: a influência de instituições tradicionais como família, escola e religião ainda pesam significativamente sobre a decisão em relação ao voto; as redes sociais, especialmente o Whatsapp, constituíram-se significativamente como ambientes de discussão política nas eleições de 2018; a prevalência de micro atos de exibição nas redes sociais; e a suscetibilidade a sistemas de recomendação, nas relações interpessoais mediadas por plataformas web.

A constante menção à importância das conversas com amigos, familiares e professores no âmbito do contexto eleitoral sinaliza para a valorização desses laços no tocante à decisão sobre o voto, incluindo o momento de tirar o título de eleitor, a decisão sobre qual posicionamento político adotar e, eventualmente, sobre em qual candidato votar. Esta configuração questiona e minimiza as colocações deterministas que preconizam que as soluções midiáticas e tecnológicas ditariam o funcionamento das relações entre pessoas, inclusive no tocante às decisões políticas. Do contrário, os vínculos pessoais são muito impactantes quando o assunto é eleição, especialmente tratando-se de jovens eleitores estreantes, já que o fato de esta ser uma experiência jamais vivida por eles intensifica a valorização de referências extraídas do cotidiano. Como bem apontou Coleman (2013), a decisão sobre o voto em uma democracia é resultado de uma complexa e elaborada construção por parte dos eleitores, que, embora comporte aspectos de ordem racional, é baseada preponderantemente em elementos afetivos, abrangendo, portanto, modelos, códigos e padrões a que os jovens foram expostos e dos quais participaram repetidas vezes ao longo do tempo. Por isto, os vínculos afetivos constituídos por eles foram essenciais na sua formação como eleitores.

Mas isto não quer dizer que estes vínculos não sejam perpassados pelo uso de redes sociais, o que nos faz chegar a nossa segunda conclusão: a utilização dessas redes vem assumindo cada vez maior peso nas relações interpessoais, o que se demonstrou como fator crucial nessas eleições de 2018, com destaque para o Whastap. Foi através desta rede social, considerada privada, pois as mensagens trocadas não se tornam visíveis ao público, que se verificaram disputas ideológicas, interrupções, expulsões e bloqueios de grupos ou pessoas, assim como a manifestação de apoio, a formação de grupos de interesse em comum, e a

obtenção e propagação de informação. Por meio do Whatsapp, todos os jovens relataram ter tido contato com fake news, o que é favorecido justamente pelo fato de este ser um serviço de mensagem privado que não possibilita, via de regra, o rastreamento das informações compartilhadas. Além disso, o Whatsapp não disponibiliza um canal de denúncias de conteúdo falso, tal como o Facebook e o Twitter. Vale destacar ainda que o Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014)³⁴ estabelece o princípio da neutralidade da rede, que proíbe os provedores de internet de bloquear e impedir as trocas de mensagens, mesmo que elas contenham fake news, o que acaba dificultando a identificação desses conteúdos fabricados.

A nossa terceira conclusão, que aponta para a prevalência de micro atos de exibição em redes sociais, particularmente em relação aos jovens entrevistados neste cenário eleitoral de 2018, diz respeito à verificação de que houve uma maior disposição para expor posicionamentos políticos por meio de ferramentas como filtros de perfis no Facebook, *stories* no Instagram e status de Whatsapp, caracterizadas pela instaneidade e fugacidade. Desta forma, podemos afirmar que em muitas situações os jovens ficaram expostos a micro atos de exposição promovidos por outras pessoas. Tais mecanismos de exteriorização de bandeiras políticas muitas vezes foram concretizados por meio de recursos como escárnio e humor, ridicularizando o adversário. Logo, a propagação desses micro atos de exibição serviu tanto para reforçar laços em torno de ideias comuns, em um movimento de exposição seletiva a mensagens, assim como expôs os jovens a pensamentos divergentes, ocasionando exposições inadvertidas, que ocorrem quando o usuário visualiza, muitas vezes de forma não intencional, conteúdos com os quais não têm afinidade. Esta configuração desencadeou a irrupção de conflitos, desentendimentos, exclusões e bloqueios, acirrando a polarização.

A quarta e última conclusão aponta para a sistemática de recomendações, própria de redes sociais e de outras plataformas de internet, por meio de códigos algoritmos e baseados em uma abordagem que filtra dados do passado do usuário para oferecer mensagens as quais ele teria uma maior probabilidade de se interessar. Concluimos que tal dinâmica foi apropriada no âmbito nas relações interpessoais, especialmente em redes sociais. Percebemos então que a lógica de aceitar a veracidade de uma mensagem enviada e repassá-la adiante, entre tantos outros conteúdos disponíveis, justamente porque esta mensagem havia sido recomendada por uma fonte julgada confiável, que supostamente transmitiria informações as quais aquele usuário teria mais chances de aceitar, foi um fator crucial na conjuntura das eleições de 2018, o que pode ser uma das explicações para a propagação de fake news verificada neste período,

³⁴ Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acessado em 19/05/19.

conforme relataram nossos jovens. Porém, reconhecemos que a influência do algoritmo não opera de maneira a excluir outras formas mais conscientes de recomendação.

Para finalizar, constatamos (e inclusive desejamos) que os temas aqui levantados têm o potencial de suscitar outros estudos mais aprofundados acerca das relações que se estabelecem entre indivíduos neste cenário de expressiva conexão à internet, no qual estamos mais ou menos inseridos. Esperamos ter acrescentado elementos para as análises sobre novos arranjos que vêm se desenvolvendo em relação aos modos de ser e agir na sociedade contemporânea.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo do nosso percurso, buscamos investigar as nuances envolvidas no primeiro voto de jovens da Região Metropolitana do Rio de Janeiro, considerando suas relações interpessoais, especialmente nas interações mediadas por redes sociais, e os significados atribuídos por eles sobre este momento de vida, no qual estrearam no sistema político de democracia representativa, no ponto de vista formal, como eleitores. Utilizando os recursos de observação de suas páginas pessoais no Facebook, bem como de entrevistas em profundidade, por telefone e presenciais, procuramos compreender e interpretar as dinâmicas comunicativas que se desenrolaram antes, durante e após as eleições de 2018.

Iniciamos com uma discussão sobre política e redes digitais, refletindo sobre redes sociais online, discussão política online, micro atos de participação política e fake news, sobre o funcionamento dos algoritmos Big Data e os sistemas de recomendação. Na sequência, tratamos sobre o conceito de juventude e avaliamos os jovens na perspectiva do consumo de mensagens políticas. Em seguida, fizemos uma exposição dos aspectos metodológicos que foram considerados, assim como apresentamos os relatos dos jovens de forma interpretativa e analítica.

A partir do relato dos jovens, nossa análise considerou que houve uma prevalência de micro atos de exposição – dialogando com o conceito de micro atos de participação, ou “*tiny acts of participation*”, desenvolvido por Margetts e colaboradores (2016). Compartilhamos com a autora a visão de que as atividades praticadas no âmbito da comunicação política do século XXI podem ser caracterizadas como “micro”, na medida em que partem em geral de ações individuais, de baixo custo e pouca demanda de tempo e esforço, atos que, tidos em uma perspectiva particular, não são capazes de gerar uma expressiva mobilização. Entretanto, a soma de milhares desses micro atos vêm afetando a dinâmica das relações entre política e sociedade no âmbito de redes sociais. Consideramos que houve uma prevalência de práticas dessa natureza contendo o objetivo de “exposição”, ou externalização de posicionamentos políticos, se compararmos com o sentido de participação, que em nossa concepção abarca mais em sua essência uma intervenção conjunta em prol de uma causa específica.

Ressaltamos também que a dinâmica do fluxo de informações em diversas plataformas internet, como redes sociais e buscadores de conteúdo, é ancorada em sistemas de algoritmos que identificam a probabilidade de o cidadão se interessar por determinado tipo de mensagem a partir das pistas deixadas sobre seu comportamento na web. Além disso, este mecanismo se tornou subsídio para que eles passassem a receber “espontaneamente” ofertas de consumo de

conteúdos relacionados a esses rastros, em uma sistemática de recomendação, que, no entanto, continha uma aura de não-intencionalidade. Verificamos que tal sistemática de recomendação resvalou em muitas ocasiões para as interações interpessoais, notadamente aquelas realizadas nas próprias redes sociais.

Outra questão sobre a qual nos debruçamos, inspirados por Coleman, esteve relacionada aos afetos mobilizados pelos jovens eleitores conectados, considerando o pleito de 2018, e identificamos muitas semelhanças com os relatos descritos pelo escritor britânico em *How Voters Feel* (2013): o ato votar proporciona ao cidadão o sentimento de fazer parte e de se colocar no mundo, em um sistema de democracia representativa, evocando valores como igualdade, respeito às diferenças, liberdade em relação a regimes opressores. Ademais, o voto impulsiona a manifestação de afetos os mais variados entre as pessoas envolvidas neste contexto, tais como os sentimentos de tensão, empolgação, desânimo e frustração. Seja criando e reforçando laços, ou gerando conflitos e desavenças, podemos afirmar que as eleições são capazes de afetar significativamente o cenário onde se desenrolam.

Como desfecho do estudo, identificamos quatro conclusões: a influência de instituições tradicionais como família e escola ainda pesam significativamente sobre a decisão em relação ao voto; os usos de redes sociais, especialmente o Whatsapp, revelou-se preponderante como ambientes de discussão política online nas eleições de 2018; a prevalência de micro atos de exibição nas redes sociais; e a suscetibilidade a sistemas de recomendação, nas relações interpessoais mediadas por plataformas web.

REFERÊNCIAS

- AGGIO, C. Campanhas *On-line*: O percurso de formação das questões, problemas e configurações a partir da literatura produzida entre 1992 e 2009. *Opinião Pública*, v. 16, n. 2: 426-445, 2010.
- ASSUNÇÃO, Alysson; ALDÉ, Alessandra; SANTOS, João Guilherme; FREIRE, Fernanda. Estratégias de campanha política online: Marcelo Freixo nas eleições para a prefeitura do Rio de Janeiro em 2012. In: _____. *Internet e poder local*. Salvador: EDUFBA; Rio de Janeiro: COMPOLÍTICA, 2015.
- ALDÉ, Alessandra. “O internauta casual. Notas sobre a circulação da opinião política na internet”. *Revista USP*, São Paulo, n.90, p. 24-41, jun./ago. 2011.
- ARISTÓTELES. *A Política*. São Paulo (SP): Martins Claret, 2006.
- ARVIDSSON, Adam. *Facebook and Finance: On the Social Logic of the Derivative*. Theory, Culture & Society, v. 33, n. 6, p. 3-23, 2016.
- BAKIR, Vian; MACSTAY, Andrew. Fake News and the Economy of Emotions – Problems, Causes and Solutions. *Digital Journalism*, 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2017.1345645>.
- BENNETT, W. L.; ENTMAN, Robert M. *Mediated politics: Communication in the future of democracy*. 2000
- BRANCO, Sérgio. Fake news e os caminhos para fora da bolha. *Revista Interesse Nacional*, São Paulo. ago./out. 2017.
- BRUNDIDGE, Jennifer. Encountering ‘Difference’ in the Contemporary Public Sphere: The Contribution of the Internet to the Heterogeneity of Political Discussion Networks. *Journal of Communication*, 2010.
- COLEMAN, S.; BLUMLER, J. G. *The Internet and Democratic Citizenship: Theory, Practice and Policy*. Cambridge: Cambridge University Press, 2009
- _____. A democracia e a mídia: Revisitadas. *Revista Compolítica*, . 2, 2017. Disponível em <http://compolitica.org/revista/index.php/revista/article/view/119/123>. Acessado em 31/08/18.
- COLEMAN, S. *How Voters feel*, Cambridge University Press, 2013.
- DANAHER, John. The threat of algocracy: reality, resistance and accommodation. *Philos. Technol.*, n.29, p. 245 -268, 2016.
- FONTANELLA, Fernando. O que é um meme na Internet? Proposta para uma problemática da memesfera. In: Simpósio Nacional da ABCiber, 3., 2009, São Paulo. Anais... São Paulo, 2009.
- FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulina, 2012.

- FRASER, Marcia Tourinho Dantas; GONDIM, Sônia Maria Guedes. Da fala do outro ao texto negociado: Discussões sobre a entrevista na pesquisa qualitativa. *Paidéia: Cadernos de Psicologia e Educação*, Ribeirão Preto São Paulo, v. 14, n.28, p. 139-152, 2004.
- GIL, Antônio Carlos. *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. São Paulo: Atlas, 1995.
- GOLDMAN, Márcio; SANT'ANA, Ronaldo dos Santos. Elementos para uma Análise Antropológica do Voto. In: PALMEIRA; Goldman. *Antropologia, Voto e Representação Política*. Rio de Janeiro: Contracapa, 1996.
- GOMES, W.; FERNANDES, B.; REIS, L.; SILVA, T. "Politics 2.0" a campanha on-line de Barack Obama em 2008. *Revista de Sociologia Política*, Curitiba, v. 17, n. 34. Disponível em <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-44782009000300004>.
- GRAHAM, Todd. *Handbook of Digital Politics*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 2015
- HINE, Christine. Estratégias para etnografia da internet em estudos de mídia In: CAMPANELLA, Bruno; BARROS, Carla. *Etnografia e consumo midiático: novas tendências e desafios metodológicos*. Rio de Janeiro: E-papers, 2016.
- HORTA, Natalia. *O meme como linguagem na internet: uma perspectiva semiótica*. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília em 2015.
- ITUASSU, A.; CAPONE, L.; PARENTE, T.; PECORARO, C. Internet, eleições e democracia: o uso das redes sociais digitais por Marcelo Freixo na campanha de 2012 para a Prefeitura do Rio de Janeiro. *Revista Compolítica*, v. 4, n. 2, p. 59, 2014.
- ITUASSU, A.; LIFSCHITZ, S.; SCHWAB, D.; CAPONE, L.; MANNHEIMER, V. *Campanhas online e democracia: uma proposta de pesquisa para as eleições de 2018 no Brasil*. In: Primeiro Congresso do INCT.DD, 19 a 21 de setembro de 2018 em Salvador, BA. Disponível em https://inctdd.org/wp-content/uploads/2018/08/ituassu-et-al-v_final.pdf.
- JACKS, Nilda; TOALDO, Mariângela et al. Em Juventude? De que juventudes estamos falando? In: ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de; BARBOSA, Fernanda Deborah (org.). *Juventude: consumo, mídia e novas tecnologias*. Rio de Janeiro (RJ): Gramma, 2014.
- MACHADO, Mônica. *Consumo e Politização: discursos publicitários e novas formas de engajamento juvenil*. 2010. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010.
- MACHADO, Mônica, *Antropologia digital e experiências virtuais do Museu da Favela*. Curitiba: Appris, 2017.
- MARGETTS, John, Hale; YASSERI, *Political Turbulence: How Social Media Shape Collective Action*. Princeton University Press, 2015.
- MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida. *Ciberpolítica: conceitos e experiências*. EDUFBA, 2016.

MIGUEL, Luís Felipe. Em Um ponto cego nas Teorias da Democracia: Os Meios de Comunicação. *BIB - Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, n. 49, p. 51-78, 2000.

O'NEIL, Cathy. *Weapons of math destruction*. New York: Crown, 2016.

OLIVEIRA, Ana; CUNHA, Gustavo; AVELAR, Fernanda. Emojis como estratégias de reparo em pedidos de desculpas: um estudo sobre conversas em ambiente digital. *Trabalhos em Linguística Aplicada*, Campinas, v. 57, n. 3, set./dez. 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/010318138653341440311>

ORTIZ, Anderson. *Política na internet? Fala sério! Democracia e política na perspectiva do jovem eleitor carioca conectado pelas TIC*. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.

_____. *Jovem e cognição multiplataforma. Relatos dos pioneiros de uma vida quase digital*. Tese (Doutorado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

PARISER, Eli. *O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você*. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PORTAL DO CENTRO REGIONAL DE ESTUDOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO (CETIC.BR). Disponível em <http://data.cetic.br/cetic/>. Acessado em 28/07/18.

PORTAL FACEBOOK. Disponível em <http://www.facebook.com.br>. Acessado entre 20/12/2017 a 25/01/2018.

PORTAL FOLHA DE SÃO PAULO. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/tec/2018/07/facebook-chega-a-127-milhoes-de-usuarios-mensais-no-brasil.shtml>. Acessado em 24/09/18.

_____. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/02/1859808-como-funciona-aengrenagem-das-noticias-falsas-no-brasil.shtml>. Acessado em 22/04/2019.

_____. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2018/07/com-populacao-cada-vez-mais-velha-brasil-atinge-208-milhoes-de-pessoas.shtml?loggedpaywall>, Acessado em 02/05/2019.

PORTAL G1. Percentual de eleitores de 16 e 17 anos é o menor desde 1992. Reportagem publicada em 31/07/2017. Disponível em: <http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2016/blog/eleicao-2016-em-numeros/post/percentual-de-eleitores-de-16-e-17-anos-e-o-menor-desde-1992.html>. Acessado em 14/05/2019.

_____. Reportagem “Datafolha: quantos eleitores de cada candidato usam redes sociais, leem e compartilham notícias sobre política” Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/eleicao-em-numeros/noticia/2018/10/03/datafolha-quantos-eleitores-de-cada-candidato-usam-redes-sociais-leem-e-compartilham-noticias-sobre-politica.ghtml>. Acessado em 20/04/19.

PORTAL IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Disponível em <<https://censo2010.ibge.gov.br/>>. Acessado em 31/08/2018.

PORTAL OLHAR DIGITAL. Disponível em <https://olhardigital.com.br/>. Acesso em 16/01/18.

PORTAL O ESTADO DE S. PAULO. Disponível em <https://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/fake-news-nas-eleicoes/>. Acessado em 23/04/19.

PORTAL PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acessado em 19/05/19.

PORTAL REVISTA ÉPOCA. Reportagem *O novo ativista digital*. Disponível em <https://epoca.globo.com/ideias/noticia/2013/07/o-novo-bativista-digitalb.html>. Acessado em 01/11/18).

PORTAL TSE – TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL Disponível em <http://www.tse.jus.br/eleitor/estatisticas-de-eleitorado/eleitorado-apto-por-uf>. Acessado em 02/06/2018.

PORTAL YOUTUBE disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=5kXYC265yn8>. Acesso em 17/01/18.

STROMER-GALLEY, Jennifer; WICHOWSKI, Alexis. *Political Discussion On-line*. Blackwell Publishing Ltd, 2011.

TANDOC JR., Edson C.; LIM, Zheng Wei; LING, Richard. *Defining “FakeNews”*, Digital Journalism, DOI, 2017. Disponível em <http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>.

WEISS, Robert S. *Learning from strangers: the art and method of qualitative interview studies*. New York: The Free Press, 1995.

ANEXO A - Pesquisa exploratória

Antes das eleições
Dados pessoais
1 - Nome e idade
2 - Onde mora
3 - Como o tema “política” se insere em seu cotidiano?
4 - Em relação a redes sociais, quais você usa?
5 - Qual sua frequência de uso das redes sociais?
6 - Como você se define enquanto usuário de redes sociais (ativo, espectador, curte, compartilha conteúdos, etc.)?
Voto
7 - Como você se sente em relação ao seu primeiro voto?
8 - O que mais importa para você em relação à sua escolha?
9 - Você está se informando sobre as propostas? Como?
10 - Você utiliza ou irá utilizar algum meio de comunicação específico para se informar sobre candidatos/propostas?
Redes sociais e política
11 - O assunto “eleições” está muito ou pouco presente nas suas redes?
12 - Você curte/segue algum candidato ou partido? Já excluiu alguma pessoa por causa de política?
13 – Em suas redes sociais, você realiza <i>posts</i> sobre assuntos políticos?
14 – Você interage com seus amigos sobre política em suas redes sociais?

Tabela 1 – Fonte : O autor, 2018

ANEXO B– Entrevista presencial

1 - Depois dessas semanas que se passaram após as eleições, como o assunto “política” está presente em seu cotidiano?
2 - Como utilizou e tem utilizado as redes sociais neste período?
3 - Como você se expôs ou esteve exposto ao tema “política” em suas redes sociais?
4 - Qual foi o clima identificado por você sobre o tema “política”?
5 - Passou por alguma situação de bloqueio, exclusão etc., em suas redes sociais? Como foi?
6 - Atualmente você tem se informado sobre política? Como?
7 - Você teve algum contato com fake news? Por quais meios? Como as identificou?
8 - Por que você optou por votar antes de ser obrigatório (PARA OS JOVENS COM MENOS DE 18 ANOS)
9 - Como se sentiu ao votar pela primeira vez?
10 - Qual são suas expectativas em relação ao futuro?
11 - Caso você tivesse que contar para algum amigo estrangeiro como passou este período do primeiro voto, o que vocêalaria? Quais pontos destacaria?

ANEXO C - Termo de consentimento

Eu, _____
_, RG: _____ CPF: _____, estou sendo convidado(a) a participar de um estudo denominado “Meu primeiro voto: O eleitor estreante e conectado nas eleições de 2018”, pesquisa do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Uerj).

A minha participação no referido estudo será em entrevistas individuais em profundidade. Estou ciente de que minha privacidade será respeitada, ou seja, meu nome ou qualquer outro dado ou elemento que possa, de qualquer forma, me identificar, será mantido em sigilo.

A pesquisadora envolvida com o referido projeto é Patrícia Reis Guimarães, mestranda em Tecnologias da Comunicação do PPGCOM/UERJ, orientada pelo Prof. Dr. Alessandra Lopes, e com ela poderei manter contato pelo email patriciareisguimraes@yahoo.com.br.

É assegurada a assistência durante toda pesquisa, bem como me é garantido o livre acesso a todas as informações e esclarecimentos adicionais sobre o estudo e suas consequências, enfim, tudo o que eu queira saber antes, durante e depois da minha participação.

Enfim, tendo sido orientado(a) quanto ao teor de todo o aqui mencionado e compreendido a natureza e o objetivo do já referido estudo, manifesto meu livre consentimento em participar, por minha participação.

Rio de Janeiro, _____ de _____ de 2018.

Nome:

Patrícia Reis Guimarães