



JUVENTUDE E POLÍTICA: USO E CONFIANÇA NOS CANAIS DE INFORMAÇÃO E IDENTIFICAÇÃO DE NOTÍCIAS FALSAS

Palavras-Chave: JUVENTUDE, INFORMAÇÃO POLÍTICA, *FAKE NEWS*

Autor:

MATEUS VIEIRA DA SILVA, IFCH – UNICAMP

Orientação:

ME. EDUARDO REZENDE PEREIRA (COORIENTAÇÃO), IFCH - UNICAMP

PROF. DRA. ANDRÉA MARCONDES DE FREITAS (ORIENTAÇÃO), IFCH – UNICAMP

INTRODUÇÃO

O presente artigo busca compreender como a confiança nos canais de informação sobre política, utilizados pela juventude do município de Campinas (SP), impactam no grau com que a mesma se informa e se engaja nesta temática. Ademais, busca encontrar similaridades na frequência da busca e do contato com informações sobre temas da política com a identificação de notícias verdadeiras e falsas.

No que concerne a confiança nos veículos de informação, tradicionais e alternativos, será analisada a intensidade com que os jovens confiam nos canais que eles mesmos utilizam juntamente com os dados sobre a confiança da juventude nos veículos tradicionais e alternativos de informação. Serão analisados dados sobre o quanto os jovens se consideram informados sobre os assuntos sobre política do Brasil. Junto a isto, será feita uma análise sobre o aumento da busca por informações sobre política entre os jovens durante a pandemia de Covid 19, contexto onde a vida remota tomou maior dimensão, e, por fim, os resultados serão comparados com a porcentagem de jovens que foram capazes de reconhecer e distinguir notícias verdadeiras e falsas a partir da apresentação de suas respectivas manchetes. Posto isto, pretendo compreender se há ou não relação com o nível de informação política entre a juventude e a identificação de fake news.

Levando em conta as respostas dos jovens aos questionários, levantou-se duas hipóteses principais. A primeira é que a confiança nos canais de informação é um dos fatores que influenciam no uso destes. Desta forma, há uma inferência direta sobre a intensidade com que os jovens se informam e se engajam na política. Já a segunda hipótese questiona se o nível de informação política dos jovens, isto é, o aumento da busca por informações sobre política, está relacionado com a identificação de notícias verdadeiras ou falsas.

METODOLOGIA

Para a realização desta pesquisa foi desenvolvido um questionário com seis seções, incluindo perguntas alternativas, abertas e de múltipla escolha. A coleta de dados foi realizada em conjunto com o Grupo de Trabalho (GT) de Pesquisas e Análise de Dados do Programa de Extensão em Educação Política (PROEEP), vinculado à Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). O *survey* foi aplicado para 56 jovens, entre 14 e 21 anos, em oito localidades do município de Campinas, sendo estas: escola privada, escolas públicas (região central e periférica), cursinho pré-vestibular privado, espaços públicos (universidade, praça e parque) e evento de sociabilidade cultural. A aplicação do *survey* em diferentes áreas do município visou englobar os variados contextos nos quais os jovens estão inseridos. Dos 56 jovens entrevistados, seis não responderam o questionário por completo, fator que consideramos como um desafio aos pesquisadores que trabalham com a opinião pública. Portanto, considerarei em meu estudo, somente os 50 jovens que responderam todo o questionário.

Foram coletados tanto materiais qualitativos quanto quantitativos na aplicação do questionário, sendo os dados utilizados neste artigo somente os de caráter quantitativo¹. Com esses dados, pretendo confrontar a temática do uso e da confiança nos veículos de informação com o nível de engajamento político da juventude, para testar a primeira hipótese. Na mesma direção, almejo contrastar o grau de informação política da juventude com a identificação de *fake news* para observar a segunda hipótese. Os dados, que serão apresentados por meio de gráficos e tabelas, estarão acompanhados da demonstração teórico-metodológica dos mesmos. Essa pesquisa abarca um grupo delimitado de jovens que provêm de distintas faixas de renda. Neste sentido, não há pretensão de universalizar os resultados aqui apresentados. Nossa pesquisa busca contribuir com futuras investigações sobre a relação entre juventude, engajamento político, informação política e identificação de *fake news*.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

De acordo com Carrano (2012) juventude é, frequentemente, considerada um potencial agente de transformação sociopolítica. Desta forma, são depositadas diversas expectativas, por parte de gerações mais velhas, às gerações mais novas. É por esta razão que inúmeras iniciativas, institucionais e não-institucionais, não param de surgir por todos os cantos do país buscando guiar a juventude rumo ao propósito de “mudar o mundo”.

Considerando que mais de 70% da juventude brasileira se vê pouco ou nada motivada quando o assunto é interesse por política (LATINOBARÓMETRO, 2020), levanta-se a questão sobre o que leva o jovem a se engajar politicamente. Neste sentido, dados interessantes se revelaram com a análise do *survey* aplicado junto aos jovens campineiros. Quando questionados sobre “você se considera uma pessoa engajada politicamente?”, 72% responderam que “não”, enquanto apenas 28% afirmaram que “sim”. No entanto, quando interrogados se “você gostaria de ser mais engajado?”, onde, 66% afirmaram que gostariam, enquanto somente 34% disseram que não gostariam de dispor de

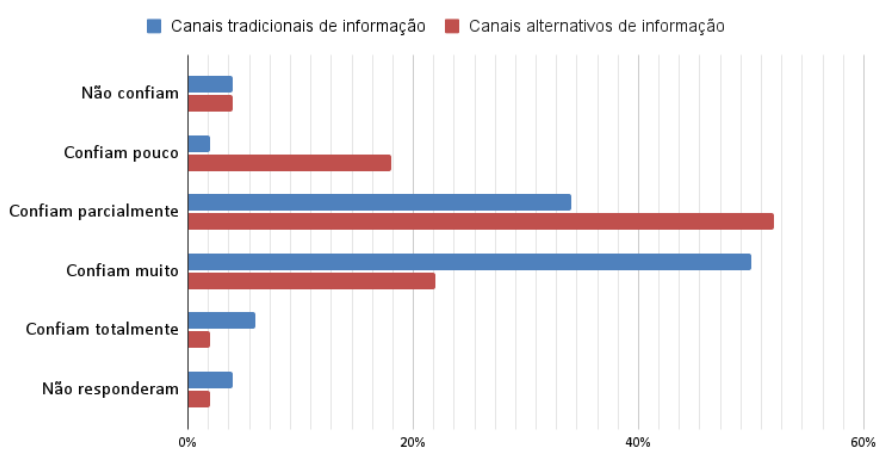
¹ Para tanto, os dados foram analisados em planilhas específicas, recortadas do banco de dados geral.

engajamento político. Afinal, o que levaria os jovens a não se considerarem engajados politicamente, mas terem a intenção de sê-lo?

CONFIANÇA, UTILIZAÇÃO DOS CANAIS DE INFORMAÇÃO E ENGAJAMENTO POLÍTICO

A confiança manifesta-se quando os indivíduos assemelham o meio sociocultural em que vivem (FUKUYAMA, 1995 apud LÓPEZ; NASCIMENTO, 2018). Nesse sentido, a questão levantada é se a confiança nos canais de comunicação, de alguma maneira, influencia no uso destes para a busca de informações sobre política entre a juventude. Os dados revelados em nosso *survey* demonstraram que os canais de informação mais utilizados pelos jovens para se informarem sobre política são as redes sociais *Twitter*, *Tiktok* e *Instagram*, que, somadas, representam 76% das respostas. Em paralelo,

Gráfico 1 - Confiança dos jovens nos veículos de comunicação tradicionais e alternativos.



Fonte: Elaboração própria, 2023.

grande parte dos entrevistados (56%) *confiam muito* nos veículos de comunicação que eles mesmos utilizam. No que diz respeito à confiança nos veículos tradicionais e alternativos de informação, é possível notar que a juventude campineira confia mais nos canais tradicionais de informação, conforme revela o Gráfico 1. Em um primeiro momento, pode parecer “contraditório” a juventude utilizar

mais as redes sociais para se informarem sobre política, mas confiarem mais nos veículos tradicionais de informação. No entanto, uma análise mais aprofundada é necessária. Dessa forma, atestamos que: 1) os jovens utilizam mais os veículos alternativos de informação; 2) confiam muito nas informações que chegam até eles por esses veículos; e, 3) confiam mais nos canais tradicionais em relação aos não tradicionais.

Previamente a ida à campo, o pressuposto era que, de fato, a maioria dos jovens utilizassem mais as redes sociais para se informarem sobre política, em detrimento dos veículos tradicionais de informação. Foi possível atestar esse fenômeno, conforme mostram os dados. Além disso, posteriormente à experiência de campo, também foi constatado que, o que os jovens compreendem por “veículos tradicionais de informação”, é aquilo que para nós, pesquisadores, é compreendido por “veículos alternativos de informação”. Considerando que 64% dos brasileiros, utilizam as redes sociais para se informarem semanalmente (Reuters Institute for the Study of Journalism, 2022, p.116)², o que procuro afirmar, portanto, é que os jovens compreendem as redes sociais e sites de notícias como “veículos tradicionais de informação” por conta de uma questão *geracional*. O que acontece é que nossa formulação acerca de “veículos tradicionais” e “não tradicionais” de informação não acompanha

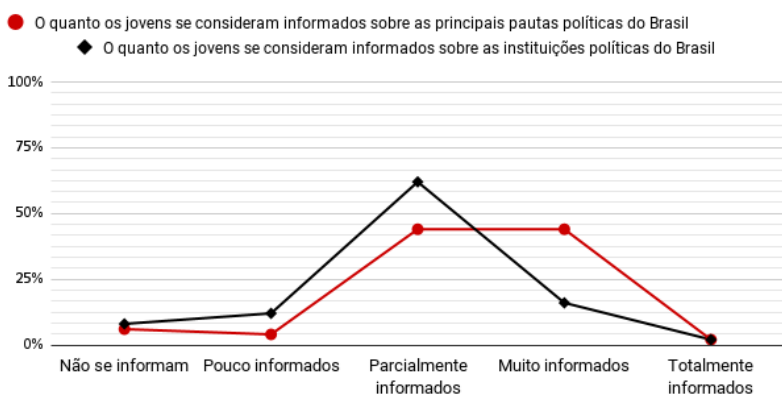
²CARRO, Rodrigo, 2022, p.116. In: Reuters Institute Digital News Report 2022, Tradução nossa.

a formulação dos indivíduos que compõem a *Geração Z*. Dessa forma, é possível notar que pode haver, em certa medida, relação entre a confiança dos jovens nos veículos de informação com a utilização destes. Não sabemos, no entanto, o que podem ser considerados “veículos alternativos” no ponto de vista dos jovens.

Mas, e quanto à relação entre o uso dos canais de informação e o engajamento político da juventude? Camargo, Magoni e Miranda (2018) afirmam que os canais de comunicação, tradicionais e alternativos, são elementos fundamentais a serem considerados no engajamento, pois estes atuam na difusão de informações sobre questões que despertam a participação política dos indivíduos. Posta tal consideração, subentende-se que o uso dos veículos de informação utilizados pelos jovens são um dos fatores condicionantes para a organização e engajamento político dos mesmos. Dito isto, me volto aos dados coletados no *survey*. Quando confrontados com a questão “você compartilha informações sobre política em suas redes sociais?”, 72% responderam que *nunca* compartilham informações sobre política nas mídias que utilizam. Em paralelo, quando nos deparamos com os dados sobre a participação política dos jovens em espaços coletivos, os resultados revelam que somente 32% dos entrevistados participam de alguma atividade coletiva, ao passo que 66% dos respondentes afirmam não participarem de nenhuma atividade coletiva. Após a experiência de campo foi possível constatar que os jovens não necessariamente compreendem a participação em espaços coletivos como atividade de participação política.

RELAÇÕES ENTRE NÍVEL DE INFORMAÇÃO POLÍTICA E IDENTIFICAÇÃO DE *FAKE NEWS*

Gráfico 2 - Nível de informação política sobre “principais assuntos políticos” e “instituições políticas” declarados pelos jovens.



Fonte: Elaboração própria, 2023.

Na atualidade, existe uma alta possibilidade das *fake news* alcançarem cada usuário com acesso à internet e aplicativos de mensagens (FAGUNDES *et. al*, 2020). Dito isto, buscamos compreender o nível de informação sobre política dos jovens entrevistados. Para tanto, analisamos questões sobre o quanto o jovem acredita ser informado sobre “os principais assuntos sobre política do Brasil”, e “as instituições

políticas do país” (Gráfico 2), onde a consideração é de que eles se consideram mais informados sobre as principais pautas sobre política se comparado às instituições.

Outra consideração a se levar em conta sobre o nível de informação política dos jovens, refere-se a frequência com que os mesmos passaram a buscar por informações sobre política durante a pandemia de Covid 19, onde um número expressivo de jovens (46%), afirmou buscar por mais informações sobre política, tal qual mostra a Tabela 1. Ao serem apresentados a sete manchetes de notícias, sendo três verdadeiras e quatro inverídicas, sendo estas de múltipla escolha, os jovens

entrevistados acertaram mais do que erraram as notícias verdadeiras e falsas apresentadas pelo *survey*. Conforme sugerem os dados, foi possível constatar que, os indivíduos que participaram por completo da aplicação do questionário, foram capazes de identificar as notícias verdadeiras na maior parte dos casos (74,9%). Embora exista uma parcela daqueles que não souberam reconhecer as *fake news*, foi possível notar que a capacidade dos jovens de identificar notícias verdadeiras e falsas sobre temas políticos é, indubitavelmente, bastante expressiva.

CONCLUSÕES

Posteriormente ao debate teórico-metodológico e análise dos dados, atestamos que a juventude confia nas mídias digitais que utiliza para se informar sobre política. Pudemos, igualmente, constatar que os jovens podem, eventualmente, se engajar ao se informar por esses meios, embora com uma pequena amostra não foi possível afirmar esta hipótese. Pudemos também examinar o nível de informação política da juventude e atestar que existe, em algum grau, uma relação entre esse nível de informação e a capacidade de identificar notícias verdadeiras e falsas.

Este trabalho conta com uma pequena amostra de respostas aos questionários aplicados com a juventude de Campinas. Portanto, deve-se levar em conta que este trabalho é um modesto recorte do que se compreende por “ser jovem” e não está suscetível a generalizações. Pelo contrário, foi possível observar na análise dos dados que ainda há um longo caminho a percorrer para se compreender a juventude.

REFERÊNCIAS

CAMARGO, A. MAGONI, A. MIRANDA, G. **Comunicação Política, Internet, Juventude E Participação: Proposta De Reflexão**. In: Comunicação - Reflexões, Experiências, Ensino v. 14 n.1. Curitiba, 2018.

CARRANO, P. **A participação social e política de jovens no Brasil: considerações sobre estudos recentes**. In: O Social em Questão, v. 27, Rio de Janeiro, 2012.

CORPORACIÓN LATINOBARÓMETRO. **Latinobarómetro: Interés en la política 2020**. Providencia Santiago, Chile, 2020.

FAGUNDES, V. MASSARANI, L. CASTELFRANCHI. et. al. **Jovens e sua percepção sobre fake news na ciência**. Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. Ciências Humanas, 16(1). Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2020.

LÓPEZ, M. J. M. NASCIMENTO, D. E. **O papel da Confiança na Perspectiva de Adolescentes Usuários de Mídias Sociais**. In: TLATEMOANI Revista Académica de Investigación. v. 28. Espanha, 2018.

Reuters Institute for the Study of Journalism. (2022). **Reuters Institute Digital News Report**. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News_Report_2022.pdf>. Acesso em: 29 jun. 2023.

Tabela 1 - Busca por informações sobre política durante a pandemia

Durante a pandemia você:	
Passou a buscar por mais informações sobre política	46%
Reduziu o número de busca por informações sobre política	18%
Continuou consumindo informações sobre política da mesma forma	34%

Fonte: Elaboração própria, 2023.