XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires, 2009.

Internet: um novo espaço de socialização política.

José Henrique M. Roballo y Amanda S. Machado.

Cita:

José Henrique M. Roballo y Amanda S. Machado (2009). *Internet: um novo espaço de socialização política. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires.*

Dirección estable: https://www.aacademica.org/000-062/228

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto*. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: https://www.aacademica.org*.

Internet: um novo espaço de socialização política

Autor: José Henrique M. Roballo[1]

Co-autor: Amanda S. Machado[2]

INTRODUÇÃO

O presente artigo busca analisar a questão da juventude, a partir do enfoque da Ciência Política centrando o foco do debate na temática da Socialização e da Cultura Política. Analisar tal tema para o caso latino-americano, apresentou-nos a possibilidade de travarmos contato com novos espaços de socialização para os jovens na faixa etária de 16 a 29 anos. O espaço escolhido para a discussão foi a Internet. Uma vez que, cada dia mais, ela vem a se constituir como um ponto estratégico na sociedade, cristalizando um papel de agência socializadora.

A matriz de coleta de dados para este trabalho foi o Informe Latinobarometro de 2008. Esse material é um dos primeiros a apresentar uma discussão sobre a Internet e sua importância não somente para os jovens, bem como para os demais cortes etários estabelecidos no documento acima mencionado.

[1] Aluno de mestrado do Programa de Pós-graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). E-mail: ze_poars1@hotmail.com

[2] Aluna de mestrado do Programa de Pós-graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). E-mail: amanda_s_m@yahoo.com.br

Durante o desenvolvimento deste tema, iremos nos defrontar com os conceitos de cultura política, socialização política e Internet. Para tanto, na próxima parte segue uma apresentação desses pontos, onde buscamos manipular tais conceitos, discutindo mais adiante seus impactos sobre a população escolhida. Quando possível, serão realizadas comparações entre os jovens e as demais gerações, no intuito de captar rupturas e continuidades de comportamento entre elas.

A importância de se trabalhar com as duas perspectivas tanto de juventude como da Internet justifica-se por serem realidades pouco compreendidas pela análise política. Vale destacar que o estrato juvenil constitui-se como secundário dentro das discussões quanto à participação social e ao envolvimento político, refletindo a falta de reconhecimento do seu potencial para a transmissão da cultura política de uma sociedade. No que tange à Internet, ela se caracteriza por ser um espaço de uso recente na América Latina, caracterizando-se por ser um tema incipiente dentro da abordagem sociológica, bem como a partir de um corte que a trate como uma agência socializadora ou como espaço de disputa e debate político.

O trabalho é de natureza quantitativa, desenvolvendo-se a partir da análise dos dados secundários e agregados oriundos do Latinobarometro. Buscamos verificar, na observação das tabelas disponíveis no informe, pontos que tratam sobre o interesse da juventude pela política, bem como a sua exposição à Internet como uma mídia que passa a ter um papel relevante como agência socializadora secundária na internalização de valores mais ou menos afeitos à cultura política democrática.

A opção por tal tipo de análise justifica-se devido à dificuldade em conseguir dados corretos sobre essa população. Conforme Jussara Prá (2004), a divergência na definição da coleta dos dados agregados e primários, bem como a definição nebulosa das faixas etárias que correspondem à juventude contribui para a opção por dados de caráter secundário.

Como hipóteses para este artigo, parte-se de tais entendimentos bases: 1) a Internet não é utilizada na sua potencialidade como um espaço efetivo para debates e transmissão de valores democráticos para a maioria dos jovens; 2) a influência da Internet sobre as orientações dos jovens segue o mesmo padrão dos demais meios de comunicação de massa; 3) as páginas mais acessadas oferecem estímulos pouco evidentes à reflexão, ao debate e à participação política, sendo assim um

espaço de aprendizado fragmentado e incidental. Ante o exposto, cabe-nos agora uma revisão dos conceitos que tratam sobre socialização política, cultura política e Internet.

CULTURA E SOCIALIZAÇÃO POLÍTICA

O conceito de cultura política é o instrumental para pensar crenças, atitudes, normas e valores partilhados pelos cidadãos em relação aos seus sistemas democráticos. No entanto, é necessário fazer uma observação de seus autores seminais, como Gabriel Almond e Sidney Verba. É claro que não pode ser desconsiderada a existência de estudos anteriores que trabalham o desenvolvimento da cultura política em Platão, Aristóteles, Montesquieu e Tocqueville. No entanto, é com Almond e Verba em The Civic Culture a primeira sistematização e aplicação do conceito de cultura política. Sua análise parte dos valores, sentimentos, crenças e conhecimentos eram relevantes para explicar os padrões de comportamentos políticos adotados pelos indivíduos, observando a realidade de cinco países (Estados Unidos, Inglaterra, Itália, Alemanha e México). Para os autores, portanto, o conceito de cultura política está calcado em um conjunto de orientações políticas que poderiam explicar a motivação subjacente às ações praticadas pelo atores.

Almond e Verba avançam em outro tema importante o que vem a tratar o desenvolvimento do conceito de cultura cívica e democracia. Para os autores, há três tipos puros de cultura cívica: a paroquial (com valores tradicionais, descentralizada e com indivíduos voltados para a esfera particular); a súdita (onde impera uma estrutura autoritária, centralizada e com indivíduos a meio caminho da participação e da plena alienação da esfera pública); e a participativa (onde há uma plena participação dos indivíduos na esfera de discussão).

A proposta de análise de Almond e Verba sofreu fortes críticas pelo seu posicionamento etnocêntrico ocidentalizante (Carole Pateman, 1989). A tomada de posição por uma democracia minimalista e o pressuposto de que a cultura política é homogênea em cada sociedade, forçou uma revisão dos seus escritos.

Outro autor que vem a problematizar as questões a partir das mudanças sociais, econômicas e políticas que se deram no decorrer das últimas décadas foi Ronald Inglehart. O autor se constitui como o principal debatedor das mudanças culturais e da sua relação com a economia e o bem estar

social. Segundo Castro e Capistrano (2008), Inglehart tem uma preocupação com a mudança intergeracional de valores nas sociedades avançadas. Há um fortalecimento de valores pós-materialistas (participação, qualidade de vida e auto-expressão), seguidos de um decréscimo de valores materialistas (segurança física e econômica).

O câmbio na visão de mundo pode levar a mudanças de perspectivas dos sujeitos. Um posicionamento que parte de pressupostos pós-materialistas vem apoiado em uma nova conformação da sociedade, onde os processos de modernização são substituídos por processos de pós-modernização. A partir desse quadro instaurado, outras esferas sofrem alterações importantes, constituindo-se assim outros meios transmissores dessa nova cultura política, formatando um posicionamento mais ou menos afeito aos valores, crenças, atitudes e normas democráticas. Para isso, faz-se necessário verificar o caráter da socialização política.

A socialização política é um ponto que vem a discutir a capacidade, bem como os espaços em que a cultura política é transmitida. Segundo Schmidt (2001), o termo pode ser pensado como a dimensão cultural relacionada com a formação de atitudes política e como um processo de interiorização da cultura política existente em um meio social por parte das gerações. Esse processo de formação é construído de diversas formas, mas a principal divisão que é verificada está nas agências socializadoras. A partir das formulações de Peter Berger e Thomas Luckmann (1995), essas agências podem ser do tipo primário e secundário. No entanto, não somente elas explicam tudo, segundo Gabriel Almond e James Coleman (1969) é importante ressaltar a existência de mais outros dois tipos de socialização tão influentes quanto as anteriores, são estas as de caráter latente e a manifesta. Essa diferenciação proposta pelos autores estabelece-se a partir da natureza da transmissão das atitudes políticas, seja elas voluntárias seja difusas.

A socialização de caráter primário ocorre na família, durante a infância e tem grande influência no desenvolvimento político do indivíduo. As primeiras noções de política partidária e participação política se estabelecem nessa esfera de atuação. Já a socialização secundária caracteriza-se por ser um processo subseqüente que se dá a partir da circulação do indivíduo em outros setores da sociedade. Nessa fase são comuns as transformações das atitudes de caráter parcial, constituindo-se em mecanismo de adaptação.

Importa também mencionar uma terceira forma de socialização, a chamada ressocialização. Ela se caracteriza por trazer as transformações profundas, conduzidas por processos de rupturas.

São semelhantes às socializações primárias, uma vez que levam a reinterpretar os fatos a partir do aniquilamento das vivências anteriores.

Observando esse debate de categorias de socialização, verifica-se que tal fenômeno não é sinônimo de uma transmissão intencional de orientações políticas, mas, sim, originado a partir da infinidade de circunstâncias e experiências interagem neste processo de socialização política. Para tanto, é necessário verificar as outras duas formas de transmissão de atitudes políticas citadas por Almond e Coleman.

A socialização latente é a transmissão de orientações políticas de caráter difuso e não programado. Podem ocorrer na família, durante a infância, bem como em outras instituições e grupos sociais. A socialização manifesta, em contrapartida, caracteriza-se por ser a transmissão explícita de orientações políticas, desempenhada pelas diversas agências de socialização presentes na sociedade.

Essa categorização em agências socializadoras primárias e secundárias demonstra um pressuposto de continuidade do processo de transmissão de valores, onde não há um padrão universal de influências exercidas pelas diversas agências, variando de um contexto social para outra. As principais instituições se constituem como transmissoras da cultura política são família, escola, grupos de pares, igreja, ambiente de trabalho, partidos, movimentos sociais e mídia. Dentre todas a família é a de maior destaque, seguida da escola e, na década de oitenta, a mídia vem despontando com um papel importante. Na constituição desse espaço para os veículos de informação e comunicação podemos admitir que a Internet pode assumir um papel de agência de socialização.

INTERNET

A Internet se constitui em uma nova tecnologia de informação e comunicação encontrando-se um déficit em questões que venham a tratar do seu papel como um agente político de socialização. Segundo dados do Informe Latinobarometro, esse meio de comunicação se constitui como uma das diferenças entre os jovens e os adultos. Apesar de seu aspecto universalizante, ela se

constitui como uma ferramenta propriamente usada pela juventude, constituindo-se como um suporte indispensável para esse estrato populacional.

Segundo a tabela 1, verifica-se um crescente uso da Internet em diversos países da América Latina:

O corte geracional é muito importante nas análises que buscam entender a Internet. O seu uso por parte dos jovens é muito mais acentuado, se olharmos em comparação com as pessoas de outras faixas etárias. Independente da situação sócio-econômica, a juventude é apontada como a principal usuária deste meio de comunicação e informação. Segundo os informes dados pelo Latinobarometro de 2008, a média de usuários entre os jovens de 18 a 25 anos é de 60%, em contraposição aos 39% entre as pessoas de 26 a 40 anos, 23% entre os que têm de 41 a 60 anos e 8% aos que tem mais de 61 anos.

A velocidade de penetração da Internet é outro fenômeno interessante de ser visualizado. Desde seu advento por volta da década de sessenta e setenta, é crescente a sua disseminação mundial. Verificando a América Latina, podemos ver que tal evento se repete, sendo majoritariamente os jovens que assumem a ponta novamente como os usuários do referido veículo. Conforme a tabela de número 2, podemos verificar o uso da Internet por faixas etárias:

Depois de verificar o uso tão impressionante da Internet por parte dos jovens, cabe uma pergunta, quais seriam os fins para o uso da Internet e seus impactos neles? Novamente, retornando ao Latinobarometro, podemos ver que há cinco grandes áreas em que os usuários utilizam esta mídia, conforme a tabela 3:

Tabela 1: Você já fez uso da internet alguma vez na vida?

Países	2002	2003	2005	2006	2007	2008
Venezuela	18	24	30	40	58	53
Chile	20	23	35	40	42	48
Argentina	25	29	29	44	48	47
Colômbia	17	24	33	28	34	46
Brasil	13	19	28	35	39	44
Peru	19	21	34	40	45	44
México	54	45	44	26	31	39
Uruguai	15	21	33	35	41	37
Costa Rica	20	22	31	33	39	36
Rep. Dominicana	-	-	24	26	33	36
América Latina	19	20	27	30	34	35
Bolívia	14	15	23	32	33	34
Equador	15	18	24	22	24	29
Panamá	21	22	29	32	35	29
El Salvador	11	13	17	17	26	24
Paraguai	11	10	12	13	18	22
Honduras	10	11	22	25	24	21
Nicarágua	13	12	19	16	17	18
Guatemala	17	9	25	30	14	16

Fonte: Informe Latinobarometro de 2008.

Tabela 2: Média de uso da internet por idade – ao menos uma vez na vida.

Países	18-25	26-40	41-60	61-mais	Total
Venezuela	80	59	41	14	53
Chile	73	51	43	20	48
Argentina	79	58	33	9	47
Colômbia	77	56	29	9	46
Brasil	76	48	28	8	44
Peru	80	45	24	8	44
México	66	46	26	9	39
Uruguai	69	49	29	10	37
Costa Rica	63	42	20	4	36
Rep. Dominicana	65	38	21	4	36
Bolívia	62	35	18	6	34
Panamá	48	35	18	4	34
Equador	57	28	15	6	29
El Salvador	48	23	15	6	25
Paraguai	51	22	5	3	22
Honduras	33	22	13	5	21
Nicarágua	32	18	9	5	21
Guatemala	28	16	8	1	16
América Latina	60	39	23	8	35

Fonte: Informe Latinobarometro de 2008.

Tabela 3: Finalidade de uso da internet pelos seus usuários.

Países	Comunicação entre a família	Sociabilidade	Vida sexual	Educação e trabalho	Desenvolvimento do país
Panamá	8,6	8,3	3,9	9,3	9,3
Honduras	8,2	7,8	4,6	8,8	9,0
Paraguai	8,4	8,3	4,8	9,1	9,0
El Salvador	8,2	8,3	6,2	8,8	8,9
Nicarágua	8,4	8,4	5,2	9,2	8,8
Costa Rica	7,8	7,8	5,0	8,5	8,7
Chile	6,3	7,2	3,9	8,9	8,7
Venezuela	8,4	8,2	5,5	9,0	8,6
Rep. Dominicana	8,2	8,4	5,3	9,1	8,6
Brasil	7,9	8,1	4,5	8,7	8,5
Uruguai	7,4	7,5	4,3	8,5	8,5
Guatemala	7,7	7,4	3,6	8,8	8,4
México	7,7	7,8	5,0	8,7	8,4
Colômbia	7,6	7,7	3,7	8,7	8,3
Equador	7,5	7,5	3,8	8,6	8,3
Peru	7,8	7,3	4,1	8,3	8,1
Bolívia	7,4	7,3	4,6	8,3	7,9
Argentina	7,0	7,4	4,4	8,3	7,8
América Latina	7,7	7,7	4,5	8,7	8,5

Fonte: Informe Latinobarometro de 2008.

CONCLUSÕES

Ante o exposto acima, podemos tirar algumas conclusões sobre as nossas hipóteses iniciais. Considerando que o desenvolvimento do país e a sociabilidade podem servir para explicar a transmissão de valores democráticos e os debates sobre tais valores, podemos dizer que a Internet cumpre um papel importante, no entanto, não se constitui como um espaço em que há um salto qualitativo na mudança de opinião dos jovens nesse quesito.

Quanto à segunda hipótese aventada no trabalho, não temos como mensurá-la a partir dos dados disponíveis. Entretanto, rebuscando na teoria algumas respostas, podemos ver que Schmidt (2001) destaca que a Internet se constitui como mais um espaço; não sendo, necessariamente, o grande veículo de influência sobre a constituição dos valores políticos da juventude. Segundo o autor:

> No tocante à informação política específica, os telenoticiários costumam ser referidos como a principal fonte utilizada por jovens e adultos, vindo após noticiários de rádio e jornais (SCHMIDT, 2001, p. 86).

Verifica-se a partir do trecho do texto que a Internet ainda não figura entre os meios de comunicação mais utilizados para a busca de informações políticas.

No que tange à terceira hipótese levantada na introdução. Pensando analogicamente com o parágrafo acima, podemos dizer que se o espaço não se constitui necessariamente em espaço de debate e transmissão dos valores, há uma grande possibilidade das páginas não se apresentarem de forma atrativa para os usuários. No entanto, cabe um questionamento retórico, é possível que a socialização de caráter geral não seja afeita a discutir a política, ou tão afeita a valores, crenças e normas democráticas, a partir disto, será possível que a Internet não cumpre o papel de espaço de socialização política ou será que são os próprios usuários que não estão sendo socializados pelas outras agências para se colocarem na arena de discussão sobre temas como política, cultura cívica e democracia? Fica esta questão em aberto para ser solucionada a posteriori.

Bibliografia

- ALMOND, Gabriel Abrahan; COLEMAN, James Smoot (Coord.). A política das áreas em desenvolvimento. Rio de Janeiro: F. Bastos, 1969. 538p

- ALMOND, G.; VERBA, S.The Civic Culture: political attitudes and democracy in five nations. Nova York: Sage, 1989.

- BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento. 12. ed. Petrópolis: Vozes, 1995.

- CASTRO, Henrique Carlos de Oliveira de; CAPISTRANO, Daniel. Cultura Política pós-consenso de Washington: o conceito de cultura cívica e a mudança política na América Latina. Revista Debates, Porto Alegre, v. 2, nº 1, p. 75-97, jan-jun. 2008.

- Corporación Latinobarometro. Informe 2008. www.latinobarometro.org. Santiago de Chile. Novembro de 2008.

- PATEMAN, Carole. The civic culture: a philosophic critique. In: ALMOND, G. e VERBA, S. The civic culture revisited. London. Sage. 1989.

- PRÁ, J.R. (Re)socializar é preciso: aportes para uma releitura sobre gênero e juventude no Brasil. In: BAQUERO, Marcelo (ORG). Ops. Cit. p. 79-119.

- SCHMIDT, João Pedro. Juventude e Política no Brasil: a socialização política nos jovens na virada do milênio. EDUNISC. Santa Cruz do Sul. 2001.