

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

PEDRO HENRIQUE MOURA LEITE

A CONSTRUÇÃO DA CULTURA DEMOCRÁTICA A PARTIR DO CONSUMO DE  
MÍDIA: UM ESTUDO DO CASO BRASILEIRO NO ANO DE 2014

CURITIBA

2018

PEDRO HENRIQUE MOURA LEITE

A CONSTRUÇÃO DA CULTURA DEMOCRÁTICA A PARTIR DO CONSUMO DE  
MÍDIA: UM ESTUDO DO CASO BRASILEIRO NO ANO DE 2014

Monografia apresentada ao curso de Graduação em Ciências Sociais, Setor de Ciências Humanas, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Ciências Sociais.

Orientador(a): Prof. Dr. Francisco Paulo Jamil Marques

CURITIBA

2018



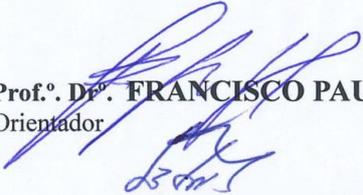
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS – SCH  
COORDENAÇÃO DO CURSO DE CIÊNCIAS SOCIAIS

## Ata de Defesa – Monografia

O acadêmico **PEDRO HENRIQUE MOURA LEITE**, do Curso de Ciências Sociais, teve sua monografia “*A Construção Da Cultura Democrática A Partir Do Consumo De Mídia: Um Estudo Do Caso Brasileiro No Ano De 2014*”, arguida pela comissão examinadora composta pelo Professor Doutor **FRANCISCO PAULO JAMIL MARQUES** (orientador), pelo Professor Doutor **SÉRGIO SOARES BRAGA** (Membro) e pelo Doutorando **FELLIPE HERMAN** (Membro). A monografia foi defendida no dia **29 de novembro de 2018**. Após arguir o candidato conclui-se pelo sinalizado abaixo:

- Aprovado (100) Nota (NOTA CEM)  
 Reformular e apresentar nova versão no prazo de \_\_\_\_\_

Curitiba, 29 de novembro de 2018.

  
Prof.º. Dr.º. **FRANCISCO PAULO JAMIL MARQUES**  
Orientador

  
Prof.º. Dr.º. **SÉRGIO SOARES BRAGA**  
Membro

  
Doutorando **FELLIPE HERMAN**  
Membro

  
**PEDRO HENRIQUE MOURA LEITE**  
Aluno

## AGRADECIMENTOS

Chegando ao fim desta etapa, gostaria de agradecer a muitos que fizeram parte dela. Como infelizmente são muitos nomes, não cabem todos aqui, ainda assim gostaria de destacar alguns. Primeiramente aos meus pais, Martha Moura Leite e Pedro Teixeira Leite, que sentiram orgulho do meu caminho traçado.

Aos membros do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Política e Tecnologia (PONTE), os quais tanto me auxiliaram em meu desenvolvimento acadêmico. Em especial, agradeço ao professor Jamil Marques imensamente a confiança, conselhos e orientações; eles sem dúvidas foram fundamentais para a minha formação de jovem pesquisador e serão levados para o resto da minha trajetória. À Camila Mont'Averne agradeço os aconselhamentos no meu primeiro contato com a pesquisa de fato; eles foram fundamentais para o meu desenvolvimento. À Fellipe Herman, pelos inúmeros conselhos. À Jackeline Saori Teixeira e Deivison Santos, agradeço a oportunidade de dividir o mesmo ambiente acadêmico e suporte, que possibilitaram o desenvolvimento desse e outros trabalhos. Também agradeço ao corpo docente do curso de Ciências Sociais da Universidade Federal do Paraná, que permitiram o meu desenvolvimento.

Aos amigos que estiveram ao meu lado seja a mais ou menos tempo. Meu melhor amigo Charles de Mello Jarski, que acreditou em mim quando ninguém mais estava lá, possibilitando meu ingresso, assim como poder manter o foco na universidade; sempre esteve ao meu lado não importante a distância. À minha amiga Izuara Beckmann, a qual sempre me motivou e deu suporte em momentos difíceis. À Ingrid Frandji e Patrícia Dotti, pelas conversas e apoio dado durante o momento que dividimos o mesmo teto. À Meela Ribeiro pelo imenso apoio dado; sem ele, a execução desse trabalho teria sido muito mais tempestuosa. À Mariana Felipe que sempre me ouviu. À Fernanda Persuhn, com quem pude dividir meus anseios. E à Patricia Valduga, que me ajudou na finalização desse trabalho.

A Jaqueline Buckstegge que, quando eu estava no começo do curso e em dúvida do que queria seguir, se tornou uma referência de cientista e profissional que eu gostaria de ser, além de enriquecer a fundação da empresa júnior de ciência política. Aos membros da Pólis Empresa Jr. de Ciência Política, agradeço a possibilidade de me dar outra perspectiva e aprendizados, em especial agradeço à Andressa Kniess, Mylena Mattos e Sabrina Eleuterio.

Agradeço imensamente a PRAE e aos programas de permanência que possibilitaram alguém vindo da periferia do interior do Paraná se manter em uma Universidade Federal.

Por fim, mas não menos importante, agradeço ao CNPq pela oportunidade como pesquisador iniciante, deixando meu manifesto de como há pesquisa em Ciências Humanas no Brasil e ela deve ser valorizada.

“Vejo a vida como uma pilha de coisas boas e coisas ruins. As coisas boas nem sempre amenizam as coisas ruins, em contrapartida as coisas ruins nem sempre estragam as coisas boas ou as deixam menos importantes.”

Doctor Who

## RESUMO

Os meios de comunicação em massa são vistos como capazes de formar a percepção de uma população sobre aspectos políticos. A fim de mensurar essa afirmação, o presente trabalho pretende pensar a influência midiática na construção de valores sociais como liberdade, igualdade e império da lei, visto que possibilitam o desenvolvimento e qualificação do sistema democrático. Os recortes desta pesquisa são o ano de 2014 e a população da nação brasileira; e suas principais bases teóricas são Putnam (2015) e Moisés (2002). O banco de dados utilizada para formação das escalas foi a 6ª onda da World Values Survey. Para nos guiar nesta tarefa, são apontadas as seguintes hipóteses: 1) pessoas que costumam se informar através de meios eletrônicos, principalmente televisão, tendem a estar associadas a níveis menores de valores democráticos dentro da nossa escala; 2) a participação em organizações serve como demonstrativo de engajamento público; logo, pessoas que são membros ativos em organizações tendem estar no espectro que corresponde a maiores valores democráticos; 3) o consumo de informação através de plataformas eletrônicas, especialmente a televisão, estaria relacionada a um menor nível de confiança institucional; 4) maior nível de confiança nas instituições tende a estar sincronizado à variável de maior nível de valores democráticos da nossa escala. O manuseio e análise dos dados foram executadas através da linguagem R e do software SPSS; foram também acionados os testes da Análise de Correlação Canônica e Correlação de Pearson. Os resultados demonstram que a TV e outros meios de comunicação eletrônicos utilizados para informação não influenciaram negativamente a confiança nas instituições ou a construção de valores democráticos. Especificamente acerca da televisão, não confirmou-se a capacidade dela influenciar as variáveis relacionadas à democracia, diferentemente do apontado por Putnam (2015). Também não se obteve associação significativa entre maior capital social, através da participação em organizações, e formação de valores democráticos. Por fim, verificou-se uma relação positiva, apesar de moderada, entre confiança institucional e as pessoas que apresentaram mais valores democráticos, segundo a escala por nós formado.

**Palavras-chave:** Consumo de Mídia; Confiança Institucional; Capital Social; Televisão; Democracia.

## ABSTRACT

The mass media are seen as capable of forming a population's perception of political aspects. In order to measure this assertion, the present work intends to think of the media influence in the construction of social values as freedom, equality and rule of law, since they make possible the development and qualification of the democratic system. The cuts of this research are the year 2014 and the population of the Brazilian nation; and its main theoretical bases are Putnam (2015) and Moisés (2002). The database used for index formation was the 6th wave of World Values Survey. In order to guide us in this task, the following hypotheses are pointed out: 1) people who are usually informed through electronic means, especially television, tend to be associated with lower levels of democracy within our index; 2) participation in organizations serves as a demonstration of public engagement; therefore, people who are active members in organizations tend to be on the spectrum that corresponds to higher democratic values; 3) the consumption of information through electronic platforms, especially television, would be related to a lower level of institutional trust; 4) a higher level of trust in institutions tends to be synchronized with the higher level variable of democratic values in our index. Data manipulation and analysis were performed using the R language and SPSS software; the tests of Canonical Correlation Analysis and Pearson Correlation were also triggered. The results show that TV and other electronic media used for information did not negatively influence trust in institutions or the construction of democratic values. Specifically about television, it has not been confirmed the ability of it to influence the variables related to democracy, unlike that pointed by Putnam (2015). There was also no significant association between greater social capital, through participation in organizations, and the formation of democratic values. Finally, there was a positive, albeit moderate, relationship between institutional trust and the people who presented the most democratic values, according to the index we formed.

**Keywords:** Media Consumption; Institutional Confidence; Social Capital; Television; Democracy.

## LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 - NÍVEL DE IMPORTÂNCIA EM VIVER EM UMA DEMOCRACIA.....	19
GRÁFICO 2 - CONSUMO DE INFORMAÇÕES EM DIFERENTES PLATAFORMAS MIDIÁTICAS EM 2014.....	20
GRÁFICO 3 - NÍVEL CONFIANÇA NAS INSTITUIÇÕES (0-100).....	21
GRÁFICO 4 - ESCALA DE VALOR DEMOCRÁTICO .....	29
GRÁFICO 5 - PARTICIPAÇÃO DE ORGANIZAÇÃO.....	30
GRÁFICO 6 - FREQUÊNCIA DE CONSUMO DE INFORMAÇÃO VIA TELEVISÃO ....	31
GRÁFICO 7 - CONSUMO DE INFORMAÇÃO DIÁRIA .....	32
GRÁFICO 8 - ESCALA DE CONFIANÇA INSTITUCIONAL .....	32
GRÁFICO 9- ACC: MANEIRA UTILIZADA PARA SE INFORMAR DIARIAMENTE E ESCALA DE VALORES DEMOCRÁTICO .....	33
GRÁFICO 10- ACC: PARTICIPAÇÃO DE ORGANIZAÇÕES E A ESCALA DEMOCRÁTICO .....	35
GRÁFICO 11- ACC: CONSUMO DIÁRIO DE INFORMAÇÕES E CONFIANÇA INSTITUCIONAL .....	37

## LISTA DE TABLEAS

TABELA 1 - CORRELAÇÃO DE PEARSON: ESCALA DE VALORES DEMOCRÁTICOS E CONSUMO DE TELEVISÃO .....	34
TABELA 2 – PARTICIPAÇÃO DE ORGANIZAÇÃO E NÍVEL DE DEMOCRACIA .....	36
TABELA 3 - CORRELAÇÃO DE PEARSON: CONFIANÇA NAS INSTITUIÇÕES E CONSUMO TELEVISIVO PARA INFORMAÇÕES .....	38
TABELA 4 - CORRELAÇÃO DE PEARSON: ESCALA DE CONFIANÇA NAS INSTITUIÇÕES E ESCALA DE VALORES DEMOCRÁTICOS .....	40

## LISTA DE QUADROS

QUADRO 1- BLOCO DE PERGUNTAS SOBRE VALORES FUNDAMENTAIS DA DEMOCRACIA .....	23
QUADRO 2 - PARTICIPAÇÃO EM ORGANIZAÇÕES .....	25
QUADRO 3 - BLOCO DE PERGUNTAS SOBRE OS HÁBITOS DE CONSUMO DE INFORMAÇÃO .....	26
QUADRO 4 - BLOCO SOBRE CONFIANÇA INSTITUCIONAL .....	27

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO .....	10
2. MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA: IMPORTÂNCIA PARA DEMOCRACIA E CAPACIDADE DE INFLUÊNCIA.....	15
3. O CAPITAL SOCIAL E A CONFIANÇA NAS INSTITUIÇÕES PARA A CONSOLIDAÇÃO DA DEMOCRACIA .....	17
4. CONTEXTUALIZANDO EM NÚMEROS .....	18
5. METODOLOGIA E BANCO DE DADOS .....	22
6. DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS .....	29
6.1 Relação entre consumo de informações e democracia .....	33
6.2 Capital Social e Democracia.....	35
6.3 Consumo Diário de Informação e o Nível de Confiança Institucional.....	37
6.4 Confiança nas Instituições e Democracia .....	38
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	41

## 1. INTRODUÇÃO

A democracia ganhou forças na política moderna, tornando-se um sistema de governo capaz de aferir legitimidade aos seus governantes, perante governados e opositores. Esse fato possibilitou uma gama de diferentes concepções: algumas focadas em aspectos de liberdades individuais, outras, na luta pela igualdade coletiva. Com efeito, busca pela democracia se faz presente tanto em discursos da direita quanto da esquerda, e é colocada como um ideal necessário (GOMES; 2010; DAHL, 1971; HELD, 2006).

Desde seu surgimento em Atenas (HELD, 2006), os conceitos de democracia e sistema democrático de governo foram diferentemente definidos e entendidos. Entretanto, aspecto da comunicação recentemente conquistou maior centralidade dentro do debate acerca de questões democráticas (MIGUEL, 2002). Entendido em uma dupla perspectiva, o conceito de comunicação é pensado tanto como um dos responsáveis pela formação da opinião popular, quanto para a constituição da percepção de mundo (LIMA, 2004; MIGUEL, 2002).

Com isso avançou-se estudos sobre a democrática através do aspecto da cultura política definida por Almond (1990), é o um conjunto subjetivo de tendências de uma população, resultadas da socialização na infância e vida adulta, educação, exposição aos meios de comunicação, desempenho econômico e experiências tidas com o governo.

Há registros da comunicação e da política existindo de maneira conjunta há, pelo menos, três mil anos. Como apontado por Fagen (1971), a relação entre governantes e governados foi *locus* privilegiado para o desenvolvimento da referida conjunção; porém, segundo Gomes (2004), os estudiosos destes momentos tinham uma percepção mais geral de comunicação, isto é, qualquer tipo de interação era considerado comunicação<sup>1</sup>.

De maneira geral, as plataformas de comunicação de massa (televisão, rádio, tv, jornal, revista, internet) conquistaram para si um espaço de publicização da política. Pois tornaram-se responsáveis pela distribuição de informações capazes de mobilizar a opinião pública. As empresas responsáveis pela criação de conteúdo para diferentes plataformas, por outro lado, se fazem presentes como atores políticos dotados de interesses próprios (GOMES, 2004; PAGE, 2014). No contexto brasileiro, se observarmos o sistema midiático nacional e o sistema político notamos as transformações do primeiro com o passar do tempo - principalmente em um contexto onde não havia um jornalismo consolidado, seja político, seja partidário, a nível

---

1 Conceção que não se faz tão útil para este estudo, visto que este é embasado em uma concepção mais recente de comunicação, na qual percebemos a influência da comunicação de massa.

nacional. Nesse sentido, estas transformações tornaram-se visíveis graças ao seu impacto no sistema democrático. Características como a consolidação de um jornalismo comercial e com maior diversidade interna, ganham espaço com o decorrer do tempo, fatores esses que beneficiaram para a construção de um debate pluralista no sistema comunicacional. (AZEVEDO, 2006).

Outro autor que reforçou a importância da comunicação para entendimento da política, utilizando-a como dimensão de análise da democracia por meio de sua capacidade de influência nas transformações sociais, foi Robert Putnam (2015). Seu trabalho é considerado um grande avanço científico, pois trouxe a avançando os estudos acerca da cultura política; diferencia-se, assim, dos trabalhos anteriores, em que o desenho institucional era entendido como suficiente tanto a manutenção do sistema democrático, quando a sua análise. Em seu livro “Jogando Boliche Sozinho”, Putnam (2015) observa como as mudanças nas dinâmicas da população estado-unidense interferem na formação do capital social, o que, conseqüentemente, torna-a portadora de menos valores democráticos. Os aparelhos eletrônicos de comunicação (principalmente a televisão), são evidenciados como meios de comunicação em que entretenimento e informação se misturam – critério central, igualmente, à compreensão da constituição de indivíduos mais solitários. Esse entretenimento solitário seria o responsável por ocupar grande parte do tempo da população, impedindo-a de participar de organizações e atividades de cunho social. Estas organizações ou grupos organizados (igrejas, sindicatos, associações), são grupos de pessoas que têm um objetivo em comum; a participação em organizações, por sua vez, seria responsável por auxiliar na construção de valores geradores de capital social, de modo a tornar a população mais democrática - ou mais rica, do ponto de vista de uma cultura democrática (PUTNAM, 2006; 2015)

Ao abordar a democracia e a confiança no sistema democrático no caso brasileiro, o objeto de estudo de nosso trabalho, José Alvaro Moisés (2005) entende a confiança na democracia não como confiança interpessoal dos/entre indivíduos, como trabalhado por Putnam, mas, sim, como um processo que envolve as instituições diretamente. Neste particular, difere não apenas de Putnam, mas também da percepção institucionalista da Ciência Política, pois não pensa apenas o aspecto estrutural das instituições. Para Moisés, as instituições são a raiz de sua própria confiança e, conseqüentemente, no regime democrático (LEITE, 2010; 2015). Em seu modelo de diagnóstico da democracia, Moisés (2002) entende a adesão aos valores democráticos (liberdade, igualdade e respeito à legislação) como um dos fatores a ser analisado em investigações sobre apoio político à democracia. A adesão marcaria, assim, o quanto a população está em consonância às características próprias de um governo democrático.

Conceitualizado por Bourdieu (1998), o capital social é definido como um conjunto de recursos disponíveis ou potenciais partindo da posse de uma rede de relações duráveis de “interconhecimento” e de “inter-reconhecimento”, vínculo esse que não pode ser reduzidos apenas a questões como geográficas, econômicas, e sim baseadas em relações tanto materiais quanto simbólicas e tomando esse reconhecimento de proximidade com o outro.

Por meio das noções de Putnam (2015) de valorização da democracia através do capital social e de relevância da participação em organizações, bem como da ideia de que as mudanças de hábitos de consumo influenciariam negativamente a democracia, além da interpretação de Moisés (2002), que aponta as instituições como eixo do sistema democrático.

Este trabalho tem como objetivo discutir a associação da adesão aos valores democráticos diante dos diferentes os meios de comunicação consumidos para obtenção de informações - para tanto, toma por base a população brasileira no ano de 2014. Busca-se entender, a aplicabilidade das dimensões explicativas dos dois autores para a realidade brasileira (relação oriunda das instituições e relação originária da interpessoalidade) no ano supracitado.

Como foi observado, o consumo de mídia é comumente apontando como um fator importante para a formação da opinião da população (PUTNAM, 2015; MESQUITA, 2008; MIGUEL, 2002). A confiança nas instituições é dita como uma das bases da formação do sistema democrático, e o capital social um dos responsáveis pela não fragmentação da população (PUTNAM, 2015; MESQUITA, 2008) Nesse contexto, o presente trabalho se justifica por sua inovação, uma vez que há diversas percepções de quais seriam os fatores de influência na formação de valores democráticos, ao mesmo tempo em que há uma escassez de pesquisas que, empiricamente, busquem explicar o funcionamento de tais valores, sobretudo no contexto brasileiro.

Para cumprir o objetivo geral de pesquisa apontado, este trabalho propõe os seguintes objetivos específicos, (a) entender como o comportamento de consumo da mídia se relaciona tanto com a confiança institucional (panorama de percepção), quanto com a obtenção de valores democráticos (liberdade, igualdade e império da lei), (PUTNAM, 2015; MOISÉS, 2005) para a construção de uma cultura democrática (MOISÉS, 2005; DAHL, 1971; TOCQUEVILLE, 2005); (b) verificar se um maior engajamento na participação de organizações resultaria em acréscimo de valores democráticos individualmente (PUTNAM, 2015).

No que diz respeito aos valores democráticos, este trabalho trata de posicionamentos individuais, favorecedores à formação de uma cultura democrática e, conseqüentemente, da forma democrática de governo, como sugerido por Alexis de Tocqueville (2005), Jean-Jacques

Rousseau (1999), Robert Dahl (1971), Robert Putnam (2015) e José Álvaro Moisés (2005). Por outro lado, a confiança institucional refere-se a percepção da população sobre as instituições (PUTNAM, 2015; MESQUITA, 2008; MIGUEL, 2002). Relativamente ao consumo de mídia e participação em organizações, está atrelada a ação tomada pelos respondentes. Destacamos que o trabalho chamará de “instituições” quando se referir ao aspecto abstrato ligado à dimensão da confiança; enquanto será chamado “organizações” quando falar de participação. Essa decisão linguística foi tomada para facilitar a leitura e permitir o rápido posicionamento do leitor nas diferentes perspectivas analisadas.

Com base na literatura sobre os hábitos de consumo de informações, formação do capital social e confiança institucional foram formuladas as seguintes hipóteses:

h1) As pessoas que costumam se informar através de meios eletrônicos – principalmente televisão - tendem a estar associadas a níveis menores de valores democráticos em comparação com os consumidores de outros meios de comunicação;

h2) A participação em organizações serve como demonstrativo de engajamento público; logo, pessoas que são membros ativos tendem a apresentar maior nível de valores democráticos do que as que não participam.

h3) O consumo de informação através de plataformas eletrônicas, especialmente a televisão, estaria relacionada a um menor nível de confiança institucional;

h4) Os níveis maiores de confiança nas instituições tendem a estar sincronizados a um maior nível de valores democráticos.

Foram analisadas as dimensões da confiança nas instituições, o consumo de informação e a participação em organizações utilizando o banco de dados desenvolvido pela *World Values Survey* (WVS), evidenciando a 6ª onda (2010-2014), cuja pesquisa no Brasil ocorreu no ano de 2014. Este banco de dados foi escolhido por sua capacidade explicativa, pois proporciona uma análise multidimensional através de uma mesma base de perguntas, além de possibilitar a expansão da pesquisa. Outro fator advém de sua capacidade de representação da população brasileira a nível nacional. A modelagem e análise dos dados ocorreu utilizando a linguagem R por conta de sua versatilidade e foco estatístico; também utilizou-se o software SPSS, pela sua facilidade na execução de testes de correlação.

O processo de análise sucedeu-se da seguinte forma: primeiro, utilizando a linguagem R foram moldados os dados para contemplar o objetivo do trabalho; nesse momento, foram agregadas questões sobre o consumo de informações e o pertencimento ou não à organizações. Também foram formadas duas escalas, uma para avaliar o nível de valores democráticos concentrado nos indivíduos e outra para apontar o nível de confiança nas instituições. Ambas

as escalas passaram por validações estatísticas através do teste de Alpha de Cronbach ( $\alpha$ ), para verificar se há consistência no conjunto de variáveis escolhidas.

Em um segundo momento, buscou-se por dados de correspondência no cruzamento de variáveis. Estes dados nos permitiram esclarecer como as variáveis se comportavam na concentração e distância dos grupos em cada uma destas variáveis. Para isso foi utilizado a Análise de Correspondência Canônica (ACC). Nesse teste, cruzamos as variáveis das diferentes maneiras de se consumir informações (TV, rádio, jornal, entre outros) e a “escala de valores democráticos”, “participação de organizações” e “de valores”, “diferentes maneiras de se consumir informações”, “escala de confiança instituições”, “escala de confiança institucional” e “escala de valores democráticos”.

Por fim, no terceiro passo pretendeu-se saber se há associação entre as variáveis (se uma variável tem ou não algum tipo de ligação com outra) e como essa associação ocorre (positivamente ou negativamente). No software SPSS, através do teste de Correlação de Pearson, foram cruzadas as seguintes variáveis categóricas: “participação de organizações” e “escala de valores democráticos”, “consumo de informação através de meios eletrônicos” e “escala de valores democráticos”, e, por fim, “escala de confiança institucional” e “escala de valores democráticos”.

Este trabalho se organiza da seguinte maneira: primeiramente, são apresentados o referencial teórico, seguido das hipóteses e da contextualização da democracia no Brasil recente. Posteriormente, é descrita a metodologia utilizada e a maneira pela qual foi executado o cruzamento de dados. Por fim, são discutidos os resultados dos três aspectos propostos na análise.

## 2. MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA: IMPORTÂNCIA PARA DEMOCRACIA E CAPACIDADE DE INFLUÊNCIA

Há diversas definições e correntes teóricas acerca da democracia, porém um aspecto sempre presente é o da visibilidade ou transparência do poder (Bobbio, 1986). Para Robert Dahl (1971), há três pré-requisitos para uma democracia com grande número de pessoas: formular, exprimir preferências e ter preferências igualmente consideradas na conduta do governo. Uma condição essencial para que qualquer um desses três aspectos sejam garantidos institucionalmente é a possibilidade de fontes alternativas de informação (DAHL, 1971). Assim como afirma Manin (1995), para possibilitar a existência de governos representativos é necessário que haja liberdade de expressão, sendo que essa ideia nada mais é os governados deterem o assegurados o direito de formular e expressar livremente suas opiniões políticas. Nesse contexto, os diversos meios de comunicação em massa se tornam ferramentas-chave para a possibilidade da democracia.

Os meios de comunicação de massa surgiram, em um primeiro contexto, sob a forma de jornais ligados a partidos. Sua principal função, nesse sentido, era propagar as ideias políticas dos partidos aos quais se conectavam. Posteriormente, se desligaram desse princípio e expandiram seu alcance de maneira independente (THOMPSON, 2002; MARQUES; MIOLA; SIEBRA, 2014).

Formados por várias e diferentes plataformas de comunicação como rádio, jornal impresso, televisão, internet etc., os efeitos dos meios de comunicação vêm sendo estudados de diversas maneiras. Não obstante, seu potencial político é inegável, seja na transmissão de ideias, seja na publicização de informações (GOMES, 2004). Inúmeros estudos sobre a influência do consumo de mídia sob a sociedade foram já realizados (FAGEN 1971; MIGUEL, 2002; GOMES, 2004; CASTELLS, 2016), ao qual se destaca, dentro de uma visão analógica, a obra “Jogando Boliche Sozinho” de Robert Putnam (2015). Nesta, o autor analisa como a televisão teve um papel importante na influência da vida cotidiana e no nível democrático da população estadunidense.

Há autores que afirmam que os *mass media* tornaram-se uma ferramenta indispensável para a democracia, sendo considerados os responsáveis por criar uma conexão entre as ações dos atores políticos presentes no governo e os cidadãos (MESQUISTA, 2008) Em outras palavras, a confiança perpassa o engajamento público, e os meios de comunicação em massa estão presentes nesse processo seja distribuindo informação, seja comunicando a um grande número de pessoas (EASTON, 1965; PUTNAM, 1993).

A perspectiva da centralidade da mídia ganhou maior destaque durante os últimos anos nas Ciências Sociais. Parte-se da ideia de que a construção do conhecimento perpassa os *mass media*, cuja crescente força seria acompanhada da perda de autoridade dos líderes políticos (LIMA, 2004; MIGUEL, 2002).

No Brasil, os meios de comunicação em massa estão historicamente presentes em momentos importantes da política nacional. Sua presença pode ser vista tanto em momentos de cisão com a constitucionalidade, quanto em momentos de busca do retorno, como é exemplificado por Evangelista (2011).

Venício Lima (2001) aponta que há uma associação entre as informações fornecidas pelos meios de comunicação e as opiniões emitidas pelos indivíduos. Para tanto, traz uma evidência empírica de como a concepção política é influenciada pela maneira que o indivíduo se informa - apesar de lembrar que nem sempre a percepção é uma reprodução daquilo recebido, mas, sim, algo gerado pelo impacto com os valores daquele que recebe. Os meios de comunicação também seriam as fontes responsáveis pela formação da opinião pública, tornando-se os principais conectores entre a população e os atores políticos eleitos (MESQUITA, 2008).

Nas pesquisas brasileiras (SAMPAIO, 2018; GOMES, 2016) é possível observar uma gama de buscas pela mídia digital como possibilitadora da formação de ferramentas - as quais poderiam beneficiar a manutenção de um Estado Democrático. Há inúmeros trabalhos produzidos na área da democracia digital: accountability, deliberação e transparências são apenas algumas das inúmeras vertentes de pesquisa da área (GOMES, 2016).

### **3. O CAPITAL SOCIAL E A CONFIANÇA NAS INSTITUIÇÕES PARA A CONSOLIDAÇÃO DA DEMOCRACIA**

Almond e Verba (1989), através do livro de seu estudo clássico “The Civic Culture” (A Cultura Cívica) defendem a ideia de que o sucesso do sistema político depende da compatibilidade das instituições que o formam e dos valores partilhados pela população.

Podemos observar na obra de Putnam (2015) uma forte influência dos estudos de Tocqueville (2005), em cujo modelo de democracia a associação entre indivíduos e a participação política tem caráter central. São, com efeito, características fundamentais para a manutenção da democracia e desenvolvimento de todo o sistema. Putnam (2015) afirma que um aspecto de suma importância à manutenção democrática é o de capital social, onde os indivíduos mantêm formas de contato regulares, organizados ou não, com outros membros da sua comunidade fora da sua residência, sendo esse conjunto de crenças compartilhadas responsável pela melhora da democracia. Isso geraria uma maior capacidade de trocas de informações, debates e um maior senso de comunidade. Por outro lado, possibilitaria tanto uma maior sensação de pertencimento ao coletivo quanto uma maior tolerância a visões divergentes de outros membros da mesma sociedade.

Por conta disso, Putnam (2015) compreende o aumento do consumo diário da mídia televisiva como forte responsável tanto pela maior permanência das pessoas no ambiente doméstico, quanto pela redução de sua participação em organizações civis. Essa diminuição da convivência com outros membros da sociedade resultaria, então, em uma queda nos valores democráticos na sociedade estadunidense.

Por sua vez, Gomes (2006), em uma leitura de Putnam (2015), desconfia das reflexões do autor, apontando sua dificuldade em se desprender dos valores do modelo “tocquevilleano” de democracia. Gomes afirma haver outras maneiras, e não somente uma busca pela restauração de como funcionava a democracia ou um abandono total da mesma, quando Putnam coloca a televisão como um dos principais responsáveis pelo declínio do capital social e, conseqüentemente, da democracia. Partindo dessa resolução, Gomes aponta características da não participação em organizações vindas de outras variáveis que não o consumo televisivo necessariamente, mostrando que a televisão poderia ser um aspecto de melhora na qualidade da democracia. Por fim, a menor participação de pessoas em associações não seria o fator representante de menores possibilidades seja de organizar-se em prol de uma agenda, seja do próprio fim da democracia.

Apesar disso, a importância da televisão se faz presente no caso brasileiro na formação da imagem dos atores e partidos políticos, sobretudo durante o período eleitoral, em que ela é um dos aspectos centrais da busca por votos através do Horário de Propaganda Eleitoral Gratuita (HGPE) ou por meio da noticiabilidade (MIGUEL, 2004; CERVI, 2011).

A televisão é colocada historicamente como não apenas capaz de influenciar a percepção política no quesito de atores e partidos, mas também como um dos responsáveis pela construção da percepção de mundo da população. Seria, assim, capaz de pautar questões políticas que vão além da escolha de representantes através do voto (PORTO, 1997).

Diferentemente das perspectivas que concebem a confiança através da relação interpessoal, vemos no trabalho de José Álvaro Moisés (2005) que a confiança nas instituições ganha destaque na construção da percepção da população sobre um governo. Dessa forma, a autoidentificação com as instituições é fundamental no processo de legitimidade e validação das mesmas, assim como na construção da percepção da democracia e na busca pela manutenção desta. Por sua vez, a construção da confiança nas instituições partindo das próprias instituições permite análises mais gerais, nas quais são levadas em conta a diversidade de origens dos indivíduos e uma maior pluralidade de valores dos cidadãos para com as instituições, visto que se obtém, dessa maneira, diferentes posições sobre a confiança.

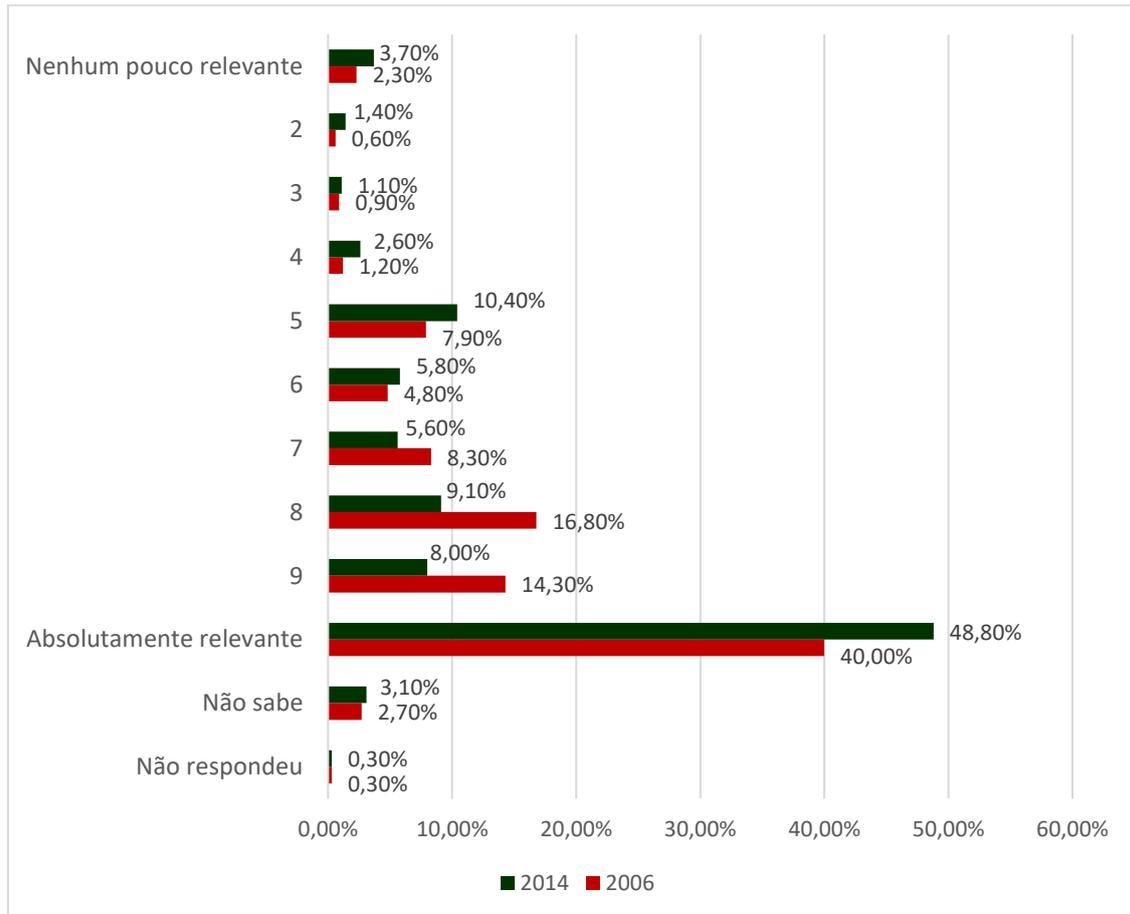
#### **4. CONTEXTUALIZANDO EM NÚMEROS**

Antes de entrarmos na metodologia e banco de dados de forma aprofundada, é valioso contextualizar brevemente o leitor através de dados empíricos acerca do Brasil. Para isso, discorreremos sobre a democracia; em seguida, sobre os fatores que nos auxiliam na reflexão sobre ela: as maneiras pelas quais o brasileiro consumiu conteúdo midiático, a confiança nas instituições e o engajamento da população. E isto por entendermos o capital social como um medidor adequado da qualidade democrática (PUTNAM, 2015).

Um dos aspectos centrais dos estudos sobre democracia é a percepção popular sobre essa forma de governo (PUTNAM, 2015; MOISÉS, 2005; MOISÉS, CARNEIRO, 2008). Nesse sentido, entende-se que a preferência de um povo pela forma de governo democrático se converte em sua defesa. Buscando evidências para tal característica, utilizamos dois bancos de

dados da *World Values Survey*<sup>2</sup> (2006; 2014), que perguntaram à população brasileira sobre a escala, de 1 a 10, de importância de viver em um governo democrático, em que 1 seria nenhum/pouco importante e 10 seria absolutamente importante. Com base nos dados coletados geramos o Gráfico 1.

**GRÁFICO 1 - NÍVEL DE IMPORTÂNCIA EM VIVER EM UMA DEMOCRACIA**



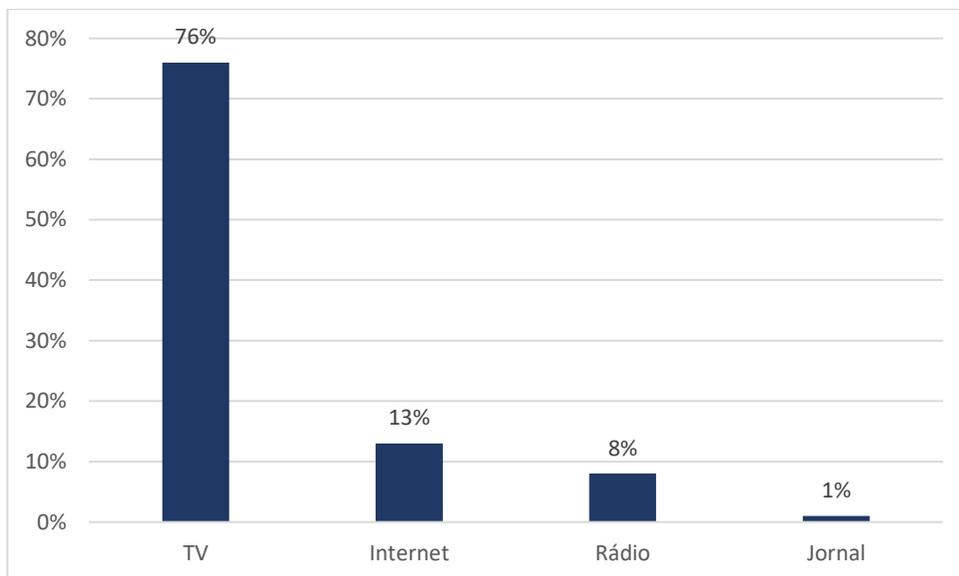
Fonte: Autor, utilizando dados da WVS (2018)

Percebe-se, através das pesquisas realizadas em 2006 e 2014, que o número de pessoas que pensam ser absolutamente relevante viver em um sistema democrático passou de 40% para 48%, apesar de haver também um crescimento baixíssimo dos que acham nenhum pouco relevante viver em uma democracia. Não obstante, nota-se uma crescente preocupação em se viver em uma democracia.

<sup>2</sup> Mais informações disponíveis em: <<http://www.worldvaluessurvey.org/>> Acessado em: 3 de out. de 2018.

Uma vez que nos propomos a utilizar o consumo de mídia como um dos meios para pensar a construção de um sistema democrático, é de suma importância trazer informações sobre a maneira que se consumiu mídia no ano de 2014. Para isso, lançamos mão da Pesquisa Brasileira de Mídia (SECOM, 2014). Pode-se observar no Gráfico 2 que o consumo de informação em 2014 foi feito predominantemente através da televisão (76%), seguido da internet (13%). O rádio, por sua vez, é utilizado por 8% para consumir informações, enquanto os jornais representam apenas 1%, e revistas e outras formas midiáticas de consumo de informação não representam nem 1%.

GRÁFICO 2 - CONSUMO DE INFORMAÇÕES EM DIFERENTES PLATAFORMAS MÍDIÁTICAS EM 2014



\*revistas, meios externos e outros não atingiram nem 1% em ambos os casos.

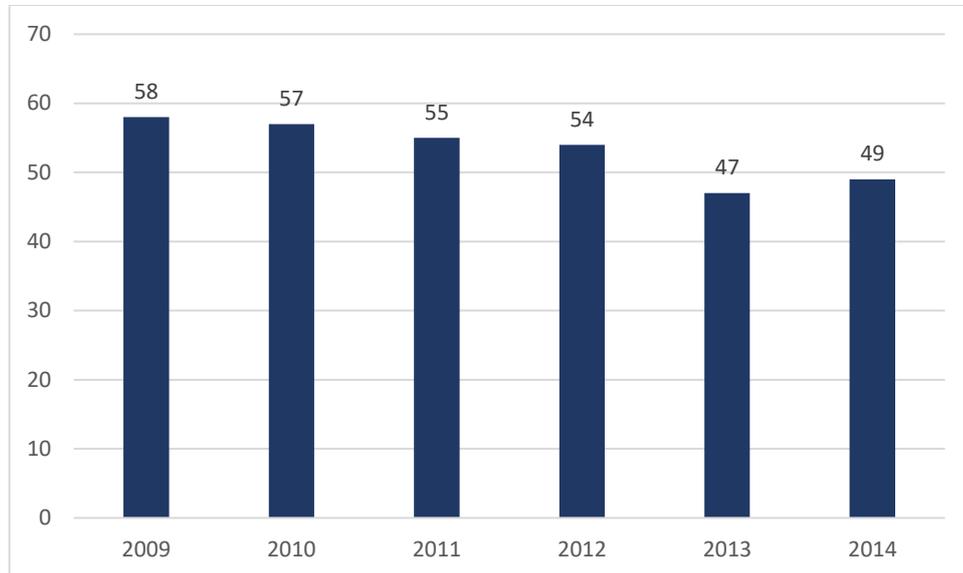
Fonte: Autor, utilizando dados fornecidos pela SECOM (2018).

Com esses dados, é possível traçar um perfil inicial do brasileiro em 2014. Este, em sua maioria, consome informações através da televisão e tem uma confiança institucional próxima a um nível médio, porém com uma tendência de queda quando comparado a anos anteriores. Apesar do enfraquecimento da confiança nas instituições, há uma tendência ao fortalecimento da importância de viver em um regime democrático.

Acerca do nível de confiança nas instituições, segundo os dados da Escala de Confiança Social desenvolvido pelo IBOPE (2018), como apresentado no Gráfico 3, pode-se observar no ano de 2014 uma confiança de 49 pontos. Este valor foi superior ao ano de 2013, em que

ocorreram as manifestações nacionais conhecidas como “Jornadas de Junho”, quando a mesma variável marcava 47 pontos – ainda assim menor que os anos anteriores analisados.

GRÁFICO 3 - NÍVEL CONFIANÇA NAS INSTITUIÇÕES (0-100)<sup>3</sup>



Fonte: IBGE Inteligência (2018).

Esses primeiros dados externos nos permitem perceber como a confiança nas instituições vem sofrendo tendencialmente uma queda. Ainda assim, é necessário observar momentos posteriores pra inferir se em 2014 houve um retorno do crescimento ou estabilidade da confiança em instituições, pensando, nesse particular, se as Jornadas de Junho teriam efeito a longo prazo (PINTO, 2017).

---

<sup>3</sup> Mais informações disponíveis em: < <http://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/confianca-do-brasileiro-nas-instituicoes-e-a-mais-baixa-desde-2009/> > . Acesso em 10 out. 2018

## 5. METODOLOGIA E BANCO DE DADOS

Para buscar solucionar as questões abordadas no trabalho, foi escolhido o banco de dados referente a 6ª onda da WVS (*World Values Survey*)<sup>4</sup>, correspondente a ao período de 2010 até 2014. O *World Values Survey* consiste em uma pesquisa realizada em inúmeros países com questões sobre crenças, valores e motivações da população. Este banco de dados foi escolhido por duas razões: pela capacidade de representação da população brasileira, e pela proposição de questões tanto acerca de valores democráticos do brasileiro quanto seus hábitos de consumo de informações, também através dele foi possível observar a participação de organizações e confiança nas instituições. A 6ª onda foi aplicada no Brasil especificamente no ano de 2014.

Nele, foram selecionadas perguntas referentes aos eixos valores democráticos<sup>5</sup>, consumo de informação, participação de organizações e confiança nas instituições, como apresentaremos a seguir. Esse conjunto de eixos nos permitem avançar em diversos aspectos da construção da cultura democrática através dos valores da própria população. Assim, analisa-se como o consumo de informação, a percepção da população acerca das instituições e a participação em organizações resultariam ou não em um engajamento político (PUTNAM, 2015; MOISÉS, 2002). Para isso, dividimos em dois momentos a nossa metodologia de apresentação dos dados: um de organização e modelagem dos dados, e outro de cruzamento de dados.

O momento de organização foi dividido em quatro partes: i) tratam-se de várias perguntas com o objetivo de evidenciar características consonantes a um regime democrático. Formou-se, assim, uma “escala de valor democrático”; ii) corresponde aos dados ligados ao capital social através da participação de organizações; iii) busca adequar a pergunta para se obter a informação da maneira utilizada para se informar diariamente; iv) se preocupa em formar uma escala de confiança nas instituições a partir da perspectiva de quais e em qual grau se confia em várias instituições, constituindo uma “escala de confiança nas instituições”.

Para manuseio e análise dos dados foi escolhido como ferramenta a linguagem de programação R, por conta da sua versatilidade e possibilidade de aplicação em bibliotecas. Essa linguagem é voltada principalmente para fins estatísticos. Nela foi executada a modelagem dos

---

<sup>4</sup> Banco de dados e questionário disponível em: <<http://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV6.jsp>>. Acesso em 30 set. 2018.

<sup>5</sup> No banco de dado da WVS está definido apenas como democracia. Porém, para nós não é adequado nomear desta forma, visto ser um termo vago, capaz de gerar confusão ao leitor.



	fundamental da democracia									fundamental da democracia
<b>V131.</b> O governo cobra impostos dos ricos e dá dinheiro aos pobres.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>V132.</b> Autoridades religiosas interpretam as leis.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>V133.</b> O povo escolhe seus líderes em eleições livres.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>V134.</b> O povo recebe seguro-desemprego do governo.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>V135.</b> As forças armadas assumem o governo quando ele for incompetente.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>V136.</b> Direitos do cidadão protegem a liberdade do povo contra a opressão	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>V137.</b> O Estado faz com que a renda das pessoas seja igual.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>V138.</b> As pessoas obedecem aos seus governantes.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>V139.</b> As mulheres têm os mesmos direitos que os homens.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Fonte: WVS (2018).

Para a formação dessa escala, foram excluídas as questões “V132. Autoridades religiosas interpretam as leis.” e “V135. As forças armadas assumem o governo quando ele for incompetente.”, por não serem entendidos como valores democráticos, além de potencialmente causarem conflito na formação da escala junto às outras sete questões presentes no bloco. Estas outras sete perguntas eram referentes aos seguintes valores democráticos: liberdade, igualdade e império da lei (DAHL, 1971; GOMES, 2010; ROUSSEAU, 1999). A escala passou pela validade do teste do Alfa de Cronbach ( $\alpha$ ), alcançando-se o resultado de 0.767, bom coeficiente de confiabilidade entre as variáveis selecionadas. Isto significa que há uma coerência estatística entre todas as variáveis do modelo estatístico criado, além da coesão qualitativa. Por fim, as respostas foram agregadas, reduzindo-se de 10 para 5 categorias através da soma das respostas de todas as variáveis que formaram a escala. Essa escala foi utilizada nos testes de Correlação de Pearson. Para o teste de Análise de Correspondência Canônica formaram-se as seguintes novas variáveis: Baixa (de 1 a 17); Moderado-baixo (de 15 a 28); Moderado (de 29 a 42); Moderado-Alto (de 43 a 56); Alta (de 57 a 70). Isso se justifica pela necessidade de simplificar os dados, a fim da execução do teste. Essa dimensão foi utilizada para testar as hipóteses 1, 2 e 4.

2º) Capital social: seguindo a hipótese de que a participação em organizações possibilitaria a formação de valores democráticos, por conta da necessidade de conviver com diferentes

peessoas. Foram selecionadas perguntas sobre a participação das organizações, executadas da seguinte forma:

#### QUADRO 2 - PARTICIPAÇÃO EM ORGANIZAÇÕES

<b>Agora eu vou ler uma lista de organizações/associações voluntárias. Gostaria de saber se o(a) Sr.(a) pertence e participa de cada uma delas, se pertence, mas não participa ou não pertence a essas organizações/associações.</b>			
	Pertence e Participa	Pertence, mas não participa	Não pertence
<b>V25.</b> Igreja ou organização/grupo de religião	1	2	0
<b>V26.</b> Organização/associação esportiva ou recreativa	1	2	0
<b>V27.</b> Organização/associação artística, musical ou educacional	1	2	0
<b>V28.</b> Sindicato	1	2	0
<b>V29.</b> Partido político	1	2	0
<b>V3.2</b> Organização/associação de meio ambiente	1	2	0
<b>V3.1</b> Associação profissional	1	2	0
<b>V32.</b> Organização/associação humanitária ou de caridade	1	2	0
<b>V33.</b> Organização/associação de consumidores	1	2	0
<b>V34.</b> Grupo de autoajuda, grupo de ajuda mútua	1	2	0
<b>V35.</b> Outra organização	1	2	0

Fonte: WVS (2014)

Todas essas variáveis foram agregadas, de maneira a entender se os indivíduos participavam ou não de organizações. Dessa forma, os indivíduos foram divididos em três categorias, categorias essas presentes no próprio questionário: Ativo (membros que fazem parte de uma ou mais organizações e participam dela), Inativo (membros que ainda consideram fazer parte de alguma organização, mas não participam ativamente dela) e Não Participativo (aqueles que não fazem parte ou participam de qualquer organização). Essa divisão em três categorias se justifica principalmente como uma distinção entre ativos e inativos, além de diferenciar pessoas que se sentem membros de um grupo e que estão efetivamente participando das atividades - um exemplo presente no Brasil e de conhecimento geral é de católicos não-praticantes (PUTNAM, 2015; BUARQUE, 1995). Priorizou-se a recategorização dos dados, executada na seguinte ordem: Membro Ativo > Membro Inativo > Não Participativo. Em outras palavras, caso o respondente seja Membro Ativo em uma organização e em outras instituições seja “Inativo” ou “Não Participativo”, será contado como Membro Ativo, já que o objetivo da recategorização é possibilitar o entendimento da participação ou não de organizações. É

importante ressaltar que, para Putnam (2015), a responsabilidade pelo não engajamento em organizações da população se dá pelo maior consumo de televisão. Haveria também associação na questão de participação em organização e o consumo dos “primos aparelhos eletrônicos”, em um ambiente em que se confunde, segundo Putnam, informação e entretenimento. Faz-se importante pensar, portanto, se há alguma perturbação dos diferentes tipos de se consumir informações e a participação em organizações. Para possibilitar a execução do teste de Correlação de Pearson, alteramos os códigos dos dados para um direcionamento comum: Não Participativo (1), Membro Inativo (2), Membro Ativo (3).

3º) Consumo de informações: A percepção das pessoas perpassa a maneira pela qual elas se informam (LIMA, 2004; MIGUEL, 2002). Para trabalharmos esse aspecto, utilizou-se o bloco de perguntas sobre hábitos de consumo de informações.

#### QUADRO 3 - BLOCO DE PERGUNTAS SOBRE OS HÁBITOS DE CONSUMO DE INFORMAÇÃO

<b>As pessoas usam diferentes fontes para se informar sobre o que está acontecendo no Brasil e no mundo. Para cada uma das seguintes fontes, indique se utiliza para ter informações diariamente, semanalmente, mensalmente, menos que mensalmente ou nunca.</b>					
	Diariamente	Semanalmente	Mensalmente	Menos que mensalmente	Nunca
<b>V217.</b> Jornal diário	1	2	3	4	5
<b>V218.</b> Revistas	1	2	3	4	5
<b>V219.</b> Jornais de TV	1	2	3	4	5
<b>V220.</b> Jornais de rádio	1	2	3	4	5
<b>V221.</b> Celular	1	2	3	4	5
<b>V222.</b> Email	1	2	3	4	5
<b>V223.</b> Internet	1	2	3	4	5
<b>V224.</b> Conversas com amigos ou colegas	1	2	3	4	5

Fonte: WVS (2014)

Buscou-se comprovar ou refutar as hipóteses 1 e 3 através do entendimento da maneira pela qual se consome diariamente informações. Para isso, foram utilizadas as questões sobre o modo de se informar, retirando, contudo, a percepção de consumo semanal ou mensal e tornando-a uma variável binária, que leva em consideração o que diariamente o indivíduo utiliza para se informar. Essa tomada de decisão metodológica se justifica por conta das hipóteses construídas, focadas em testar a influência de diferentes plataformas de consumo de informações e como elas formam a percepção popular (PUTNAM; 2015; MIGUEL, 2002).

As variáveis utilizadas do questionário foram: tv, internet, rádio, revistas e colegas. Essas variáveis foram escolhidas com base na Pesquisa Brasileira Mídia (SECOM, 2014), e foram consideradas como as maneiras mais utilizadas para consumo de informação - com a exceção de “colegas”, adicionada em razão do contexto da pesquisa. Percebeu-se que a categoria colegas contribuía para o entendimento de que a informação, através da interação interpessoal, poderia alterar o juízo pessoal.

Não houve reorganização do banco de dados para o teste de Correlação de Pearson. Porém, pelo foco dado na televisão no trabalho, pela importância trazida por Putnam (2015), foi utilizada apenas a V.219, a qual pergunta se o consumo de informação se dá através de jornais ou TV. A mantivemos pois podemos mensurar, assim, a intensidade de consumo de televisão para informação. Dessa forma, buscamos saber se ela afeta ou não as variáveis de participação em organizações e de formação de valores democráticos.

4º) Confiança nas instituições: A confiança nas instituições é considerada uma variável de grande importância para o sistema democrático (VISCARRA; VASCONCELOS, 2016). Para quantificar como ocorre a confiança nas instituições e validar as hipóteses 3 e 4, a Escala de Confiança nas Instituições foi formado utilizando o eixo de perguntas correspondente no próprio survey. Para a formação dessa escala, foram utilizadas 19 questões que apontavam o nível de confiança em quatro níveis, da seguinte maneira:

QUADRO 4 - BLOCO SOBRE CONFIANÇA INSTITUCIONAL

<b>Vou citar o nome de algumas organizações. Para cada uma, o(a) Sr(a) poderia me dizer em que medida confia: confia totalmente, em parte, pouco ou não confia nessas organizações?</b>				
	Confia totalmente	Confia em parte	Confia pouco	Não confia
<b>V108.</b> Igrejas	1	2	3	4
<b>V109.</b> Forças Armadas (Exército, Marinha e Aeronáutica)	1	2	3	4
<b>V110.</b> Imprensa	1	2	3	4
<b>V111.</b> Televisão	1	2	3	4
<b>V112.</b> Sindicatos	1	2	3	4
<b>V113.</b> Polícia	1	2	3	4
<b>V114.</b> Justiça	1	2	3	4
<b>V115.</b> Governo Federal	1	2	3	4
<b>V116.</b> Partidos políticos	1	2	3	4
<b>V117.</b> Congresso Nacional (Câmara e Senado)	1	2	3	4
<b>V118.</b> Serviço público	1	2	3	4
<b>V119.</b> Universidades	1	2	3	4
<b>V120.</b> Grandes Empresas	1	2	3	4

<b>V121.</b> Bancos	1	2	3	4
<b>V122.</b> Organizações de meio ambiente	1	2	3	4
<b>V123.</b> Organizações de mulheres	1	2	3	4
<b>V124.</b> Organizações humanitárias ou de caridade	1	2	3	4
<b>V125.</b> Mercosul	1	2	3	4
<b>V126.</b> Nações Unidas (ONU)	1	2	3	4

Fonte: WVS (2014)

O Teste de Alfa de Cronbach ( $\alpha$ ) também foi realizado nesta etapa, cujo resultado foi um coeficiente de 0.862. Essa escala foi utilizada nos testes de Correlação de Pearson. Por sua vez, no teste de Análise de Correspondência Canônica os dados foram organizados nos seguintes níveis: confiança nas instituições alocadas em três níveis, de maneira semelhante à anterior, isto é, Baixo (de 1 a 25); Médio (de 26 a 51); Alto (de 52 a 76).

O teste de correlação de Pearson, nos permitiu associar duas variáveis que tinham distribuição paramétrica, no caso, obedeciam a uma distribuição normal. Com isso, foram testados os seguintes cruzamentos de variáveis: a) a participação de organizações e a escala de valores democráticos; b) o consumo de televisão e a escala de confiança nas instituições; c) o consumo de televisão e a escala de valores democráticos; d) a confiança nas instituições e a escala de valores democráticos.

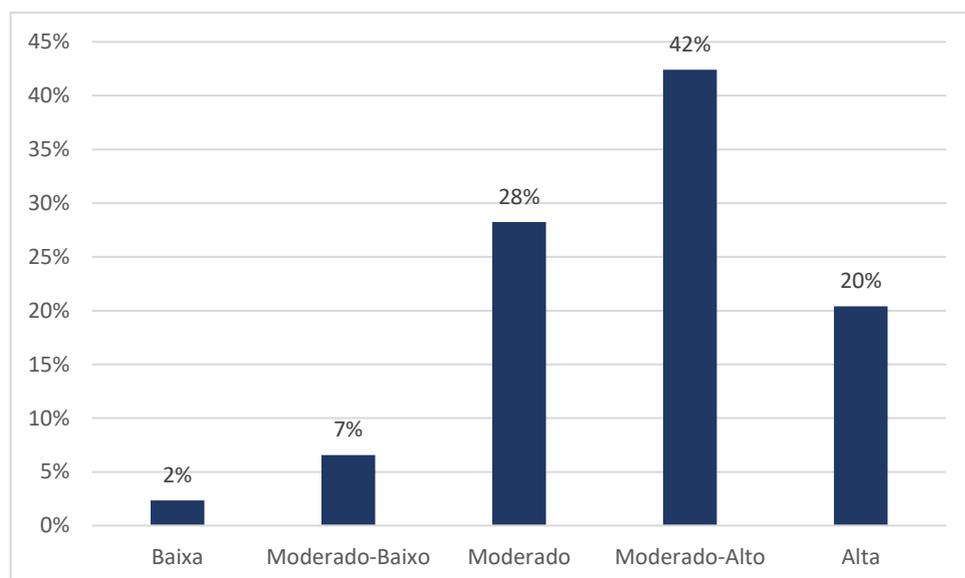
Também foram executados testes de Análise de Correspondência Canônica (ACC), por nos permitir comparar duas variáveis categóricas de maneira nominal, podendo adicioná-las em um plano gráfico. Possibilitou, assim, uma análise mais específica de como cada uma das dimensões escolhidas interage com a outra. Formou-se, dessa forma, quatro grupos de testes: a) como se relaciona o tipo de mídia consumida diariamente quando cruzada com o nível de valores democráticos; b) a participação de organizações cruzada com o nível de valores democráticos; c) a plataforma utilizada para consumir informações diariamente e o nível de confiança nas instituições; d) a confiança nas instituições e o nível de valores democráticos.

## 6. DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

A descrição e análise dos dados foram divididas em duas etapas. Primeiro, discute-se os dados descritivos das variáveis e, em um segundo momento, os dados descritivos alcançados através da modelagem do banco de dados e formação das escalas. Posteriormente, são abordados os testes Análise de Correspondência Canônica e o teste de Correlação de Pearson.

Primeiro abordaremos o aspecto da escala de valores democráticos, a partir dos dados obtidos no gráfico 4. Por meio dele podemos nos debruçar sobre a discussão do presente trabalho – esses mesmos dados nos auxiliarão na resolução das hipóteses 1 e 4. Os resultados nos mostram que a variável respondente a “Moderado-Alto” teve uma maior incidência de casos (42%); se adicionarmos os respondentes nível “Alto” de valores democráticos (20%), atingimos 62%. Isto é, a maior parte dos respondentes ficou posicionado em moderado-alto nas respostas acerca das questões democráticas. Em contrapartida, 8% dos inqueridos estariam no espectro mais baixo de consonância com os valores democráticos, 2% no baixo e 7% no moderado baixo. Por fim, os moderados ficaram em 28%.

GRÁFICO 4 - ESCALA DE VALOR DEMOCRÁTICO

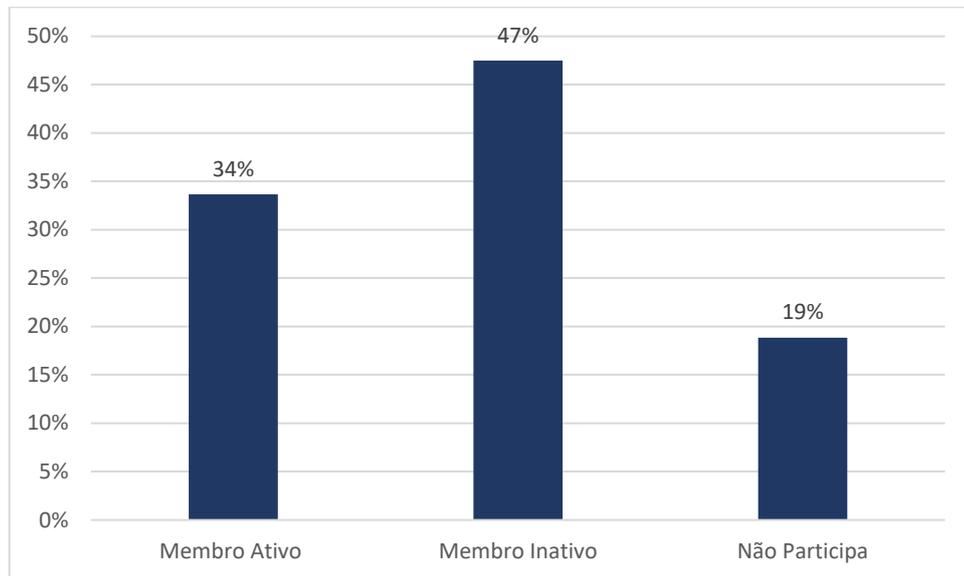


Fonte: Autor (2018)

Abordamos agora o aspecto da participação em organizações. Como apontada por Putnam (2015), este fator é responsável pela formação do capital social; logo, seria uma variável de

influência na formação de valores individuais que contribuiriam para a cultura democrática. Essa variável nos auxilia a responder as hipóteses 2 e 4.

GRÁFICO 5 - PARTICIPAÇÃO DE ORGANIZAÇÃO

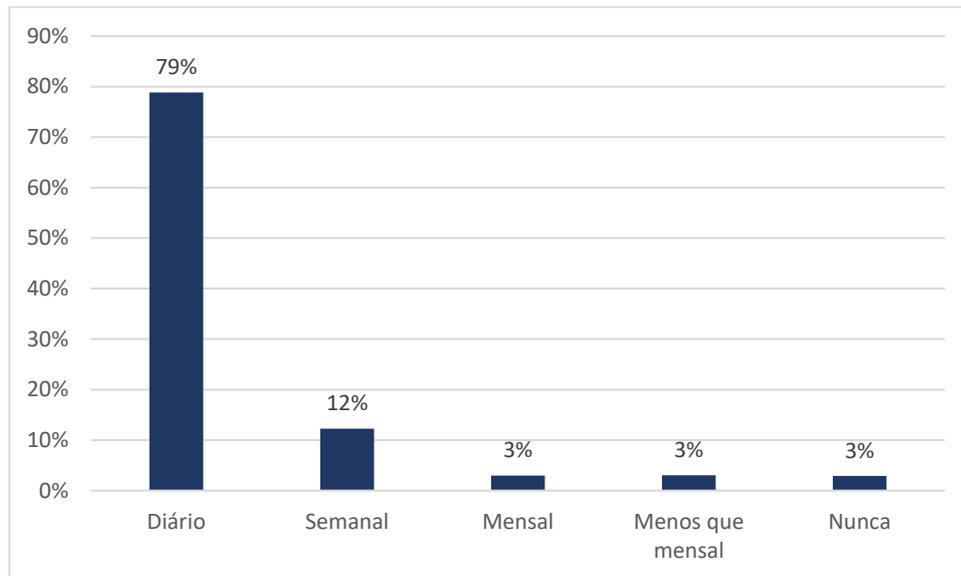


Fonte: Autor (2018)

Através do Gráfico 5, percebemos um grande número de Membros Inativos (47%), superando os outros aspectos - já que Membros Ativos apresenta 34% e Não Participa apresenta 19%. Esse dado nos mostra numericamente a importância de considerarmos os participantes membros de uma organização que não estão ativamente integrados nas atividades.

Em relação aos dados obtidos sobre o consumo de informações, começaremos pelo consumo de televisão. Posteriormente, traremos a incidências de respostas às diferentes maneiras de se informar. Importante salientar que essa parte está diretamente ligada a solucionar a hipótese 3.

GRÁFICO 6 - FREQUÊNCIA DE CONSUMO DE INFORMAÇÃO VIA TELEVISÃO

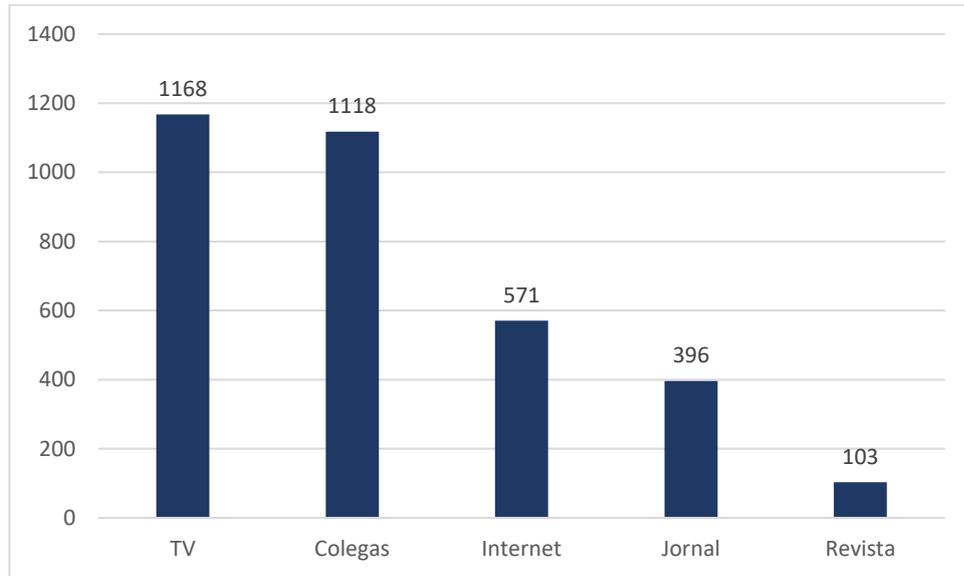


Fonte: Autor, utilizando dados da WVS (2018)

Podemos observar, através do Gráfico 6, que o maior número de pessoas utiliza diariamente a televisão para se informar (79%). Entretanto, a resposta classificada como frequência semanal, presente em apenas 12% dos casos. Todas as outras variáveis ficam em 3%.

Ao examinarmos a comparação diária das diferentes maneiras de se informar, temos um panorama em que houve uma incidência muito semelhante à da Pesquisa Brasileira de Mídia (SECOM, 2014), sobretudo acerca do consumo de informações através de televisão (1168 casos). Porém, fica também destacado a obtenção de informações através de colegas (1118 casos), variável que não está presente na Pesquisa Brasileira de Mídia. Lembrando que os casos podem se sobrepor, uma vez que se pode utilizar mais de uma maneira de consumir informações diariamente.

GRÁFICO 7 - CONSUMO DE INFORMAÇÃO DIÁRIA

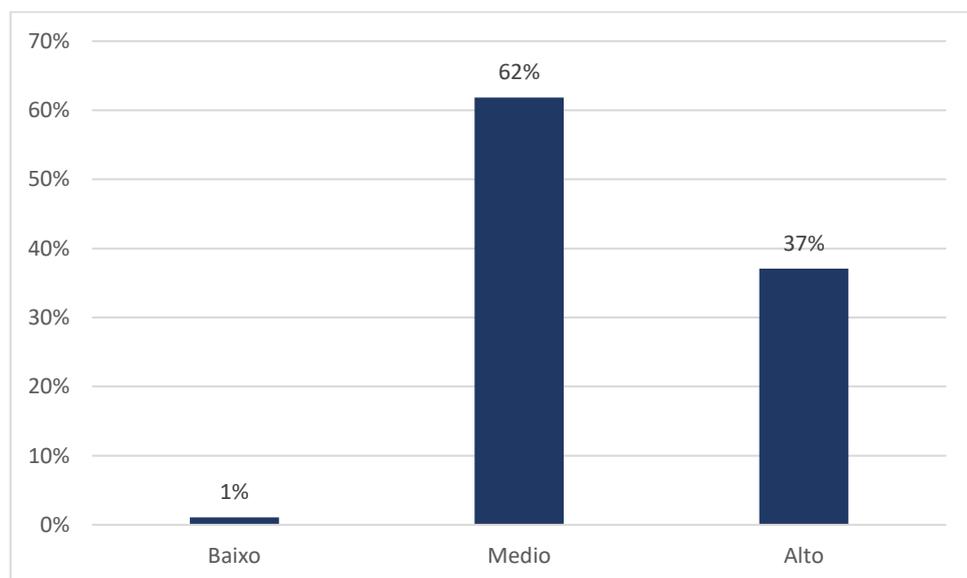


Fonte: Autor (2018)

A terceira maneira mais citadas de consumir informação diariamente foi a Internet, com 571 menções. Rádio aparece como uso diário em 520 casos, Jornal é referido em 396 dos respondentes, e revista apenas em 103.

Por fim, trazemos os dados descritivos acerca da escala da confiança institucional, que nos auxilia a solucionar a hipótese 4.

GRÁFICO 8 - ESCALA DE CONFIANÇA INSTITUCIONAL



Fonte: Autor (2018)

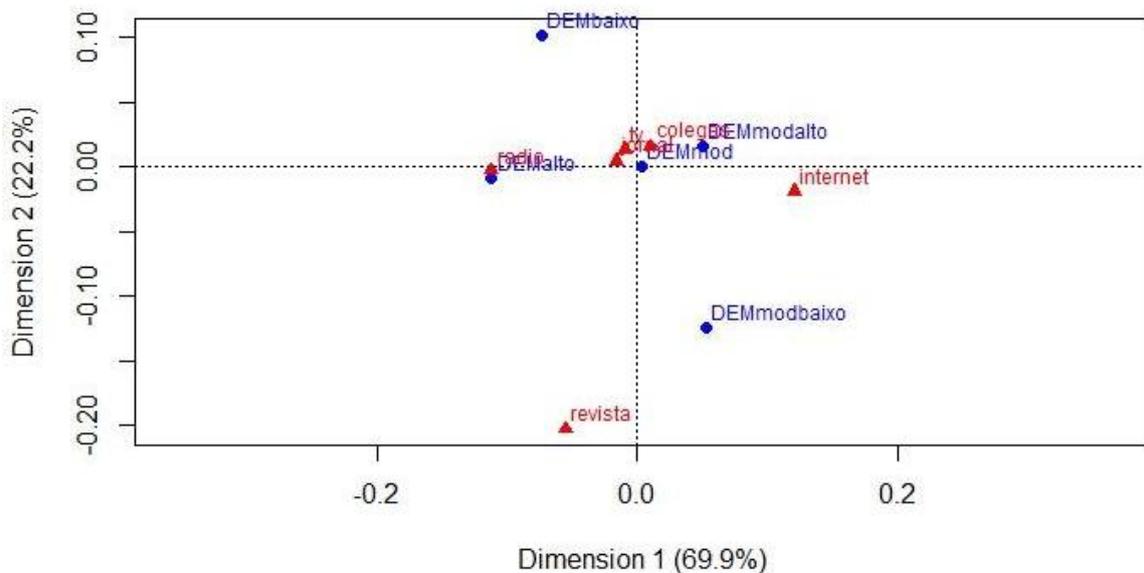
Os dados do Gráfico 8, nos permitem perceber como há um moderado nível de confiança institucional, mobilizando 62% dos casos. Segue-se um nível alto, que detém 37% dos respondentes, e baixo, com apenas 1%. Percebe-se, assim, que o brasileiro em 2014 confiava moderadamente nas instituições em aspecto geral.

### 6.1 Relação entre consumo de informações e democracia

Chegando ao fim a vista dos dados isolados, partimos para o cruzamento das variáveis. Iniciamos pela Análise de Correspondência Canônica, que nos permite observar, quando aplicado em um plano gráfico, o comportamento das duas variáveis. Buscamos observar como se comporta o consumo diário de informação entre as diferentes maneiras e os diversos níveis de democracia, esses formados na “escala de valores democráticos”.

O resultado foi o gráfico 9, onde a Dimensão 1 (horizontal) tem uma maior capacidade explicativa que a Dimensão 2 (vertical). Esse é um aspecto fundamental para a compreensão do gráfico observado, já que a medida horizontal tem muito mais correspondência que a horizontal.

GRÁFICO 9- ACC: MANEIRA UTILIZADA PARA SE INFORMAR DIARIAMENTE E ESCALA DE VALORES DEMOCRÁTICO



Legenda: DEMbaixo = Nível baixo de valores democráticos; DEMmodbaixo= Nível moderado baixo de valores democráticos; DEMmod= Nível moderado de valores democráticos; DEMmodalto= Nível moderado altode valores democráticos; DEMalto Nível alto de valores democráticos.

Fonte: Autor (2018).

É perceptível que o consumo diário de Rádio está muito mais próximo da variável “Alta” (DEMalto), no que diz respeito à democracia. Apesar de revista também estar no mesmo quadrante, ela aparece muito mais distante. Já TV e jornais têm uma aproximação maior com o aspecto “Moderado” da democracia (DEMmod), embora Jornal esteja em outro quadrante, essa aproximação ainda se faz presente. A recepção de informação através de colegas está muito próxima do grupo de pessoas considerado portador de valores democráticos em um nível Moderado (DEmod), ao mesmo tempo que se avizinha de Moderado-Alto (estando no mesmo quadrante), apesar de maior distância. Internet, por sua vez, se aproxima das variáveis “Moderado” e “Moderado-Alto” no que diz respeito o aspecto democrático formado na escala.

Podemos observar um grande afastamento dos consumidores de revistas quando colocada em um plano gráfico com outras variáveis. Esse distanciamento ocorre por conta do um número muito baixo de respostas, como apresentado em um momento anterior. Caso semelhante sucede ao nível baixo de democracia, que teve apenas 2% de respostas.

Não é possível inferir que consumidores diários de rádio, tv e internet apresentem um nível menor de democracia, quando comparados aos usuários de meios não eletrônicos, como jornais diários e revistas. Todas as variáveis apontaram à democracia moderadamente alta como a alternativa com maior concentração de respostas, independente da categoria, seguindo a proporção apresentada na descrição das variáveis isoladas.

Agora, isolando aspecto da televisão, apresentado como maior preocupação por Putnam (2015), e adicionado o aspecto de frequência, foi executado o teste de Correlação de Pearson. Pretendeu-se perceber se os dados descritos no teste de Correspondência estão além de ligações sem uma motivação entre si e se há associação de uma variável na outra.

TABELA 1 - CORRELAÇÃO DE PEARSON: ESCALA DE VALORES DEMOCRÁTICOS E CONSUMO DE TELEVISÃO

		Ind_dem	TV
conf_dem	Pearson Correlation	1	,017
	Sig. (2-tailed)		,519
	N	1482	1482
TV	Pearson Correlation	0,17	1
	Sig. (2-tailed)	,519	
	N	1482	1482

Fonte: Autor (2018)

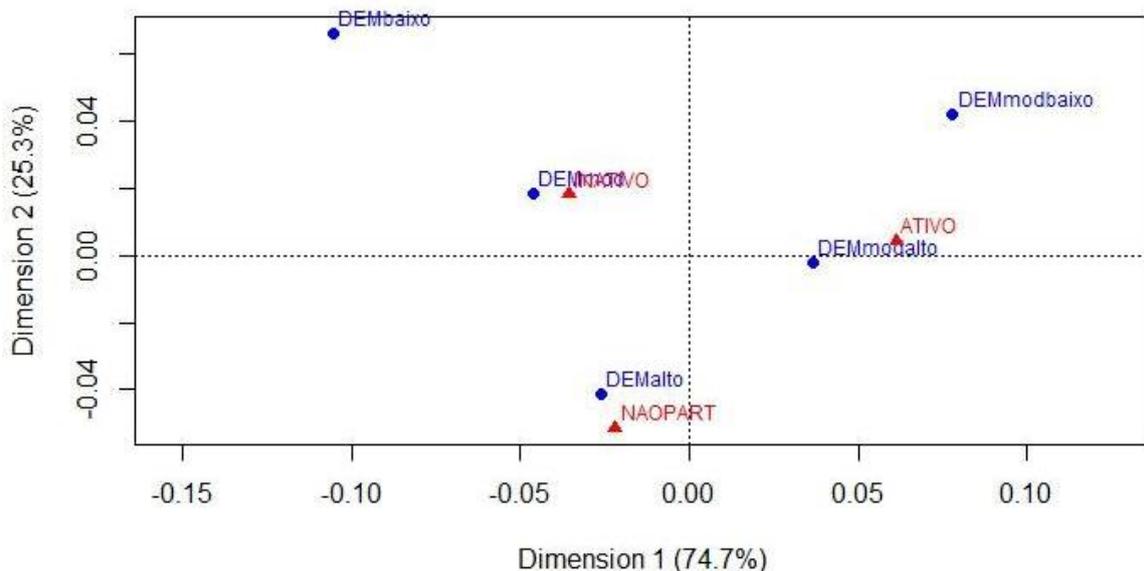
A Tabela 1 nos traz dados da possível associação do consumo de TV e a presença de valores democráticos. Entretanto, o teste de correlação significância deu 0,519 sendo maior que o 0,05 de significância, para apontar que a amostra poderia ser extrapolada ao todo do relevante entre as duas variáveis. Mesmo assim há o teste apresentou o resultado de 0,17, o que seria uma associação baixa. Isso demonstra que a força da associação na televisão tem na formação de valores democráticos através do consumo de informações não pode ser mensurada segundo o modelo utilizado.

## 6.2 Capital Social e Democracia

Nessa fase da análise, buscaremos observar a relação entre o capital social e a construção dos valores democráticos. Para evidenciar o capital social, utilizaremos a participação de organizações; para medir esses valores da população, utilizaremos a escala de valores democráticos.

Iniciamos com a Análise de Correspondência Canônica, que nos apresenta como se comportam as variáveis quando agrupadas em um mesmo modelo.

GRÁFICO 10- ACC: PARTICIPAÇÃO DE ORGANIZAÇÕES E A ESCALA DEMOCRÁTICO



Legenda: DEMbaixo = Nível baixo de valores democráticos; DEMmodbaixo= Nível moderado baixo de valores democráticos; DEMmod= Nível moderado de valores democráticos; DEMmodalto= Nível moderado altode valores democráticos; DEMalto Nível alto de valores democráticos;

Fonte: Autor (2018)

Através do Gráfico 10, observa-se todas as categorias das duas variáveis agindo em conjunto, no que diz respeito à participação em organização ou não. Nota-se que a dimensão 1 é detentora de uma maior capacidade explicativa, com 74,7% de explicação, enquanto a dimensão 2 tem apenas 25,3% de capacidade explicativa. Sobre os membros “Ativos” em organizações, estes aparecem no gráfico muito perto da variável “Moderado” (DEMmod) da escala de valores democráticos; já “Inativos” está muito próxima do espectro da variável “Moderado-Alto (DEMmodalto). A não participação (NAOPART), por sua vez, se avizinha principalmente da variável “Alta” (DEMalto), relativamente a escala de democracia. Por fim, a democracia “Moderado-baixo” (DEMmodbaixo) e “Moderado” (DEMmod) está afastada de todos os outros itens.

O plano gráfico nos mostra ligações entre uma participação ativa em organizações e um nível moderado-alto de valores democráticos. Contudo, o nível mais alto democrático está localizado no grupo de não participação, enquanto que os participantes inativos estão próximos de moderados.

Tentando novamente perceber se há associação das variáveis entre si, acionamos o teste de Correlação Pearson. Com isso, cruzamos o aspecto da participação de associação e a escala de valores democráticos, cujo resultado é apresentado a seguir:

TABELA 2 – PARTICIPAÇÃO DE ORGANIZAÇÃO E NÍVEL DE DEMOCRACIA

part_assoc	Pearson Correlation	1	-0,009
	Sig. (2-tailed)		,721
	N	1485	
ind_demo	Pearson Correlation	-0,009	1
	Sig. (2-tailed)	,721	
	N	1485	1485

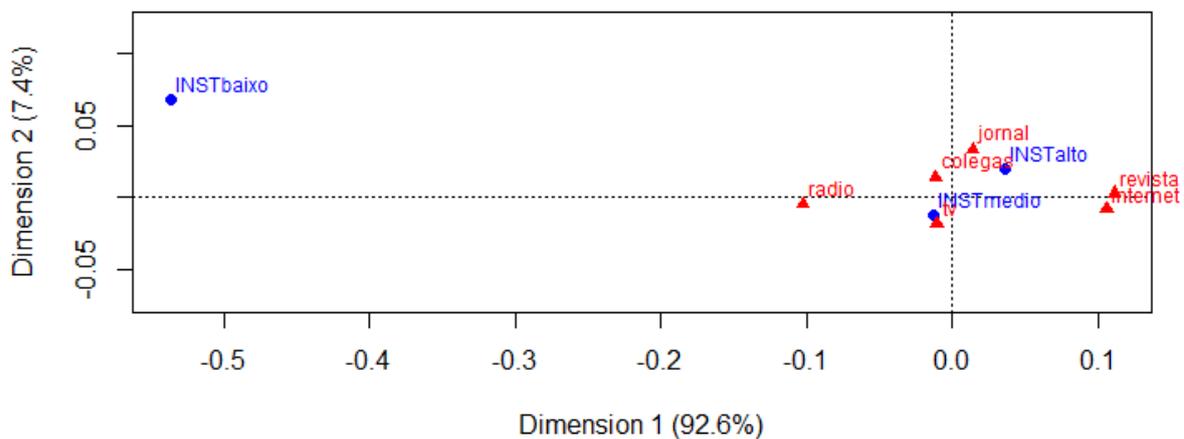
Fonte: Autor (2018)

Como podemos observar na tabela 2, há um nível de significância também acima de 0,05 (0,721); logo, não podemos afirmar significância da associação entre as duas variáveis. Também é possível observar a correlação de -0,009, o que seria uma associação desprezível. Dito isso, não se pode apontar que há uma relação entre a participação de associações e a presença de valores democráticos nos indivíduos.

### 6.3 Consumo Diário de Informação e o Nível de Confiança Institucional

Abordaremos agora o consumo de informações e sua relação ao aspecto da confiança institucional. Dito isso, o gráfico 10 é resultado da Análise de Correlação Canônica, isto é, do cruzamento do consumo diário de informações através das diferentes formas de comunicação e da escala de confiança institucional, criado e explanado anteriormente.

GRÁFICO 11- ACC: CONSUMO DIÁRIO DE INFORMAÇÕES E CONFIANÇA INSTITUCIONAL



Fonte: autor (2018)

Através do gráfico 10 pode-se dar continuidade à análise. Observa-se uma relação próxima entre TV e a variável de nível “Médio” de confiança nas instituições (INSTmedio), bem como entre Jornais e nível “Alto” de confiança nas instituições (INSTalto). No mesmo quadrante e muito próximo, aparecem Revista e Internet. Revista está próxima de um nível “Alto” de confiança institucional (INSTalto), enquanto Internet está mais próxima de um nível médio de confiança nas instituições. Rádio está no lado oposto das duas variáveis recém citadas e no mesmo quadrante do nível “Médio” de confiança nas instituições (INSTmedio). Já Colegas se localiza quase equidistante das variáveis de confiança nas instituições Alto (INSTalto) e “Médio” (INSTmedio). A confiança baixa nas instituições (INSTbaixo) se apresenta afastada de todas as outras variáveis.

Focando novamente no aspecto da televisão como principal meio de comunicação, causa de preocupação a Putnam (2015), optamos por novamente nos focar na frequência televisiva. Executamos, para tanto, o teste de correlação de Pearson entre a frequência do

consumo de TV (diário, semanal, mensal, menos que mensal e nunca) e a confiança nas instituições - são dados da escala formado não agregado nas três categorias apontadas acima.

TABELA 3 - CORRELAÇÃO DE PEARSON: CONFIANÇA NAS INSTITUIÇÕES E CONSUMO TELEVISIVO PARA INFORMAÇÕES

		conf_inst	TV
conf_inst	Pearson Correlation	1	-,009
	Sig. (2-tailed)		,718
	N	1482	1482
TV	Pearson Correlation	-,009	1
	Sig. (2-tailed)	,718	
	N	1482	1482

Fonte: Autor (2018)

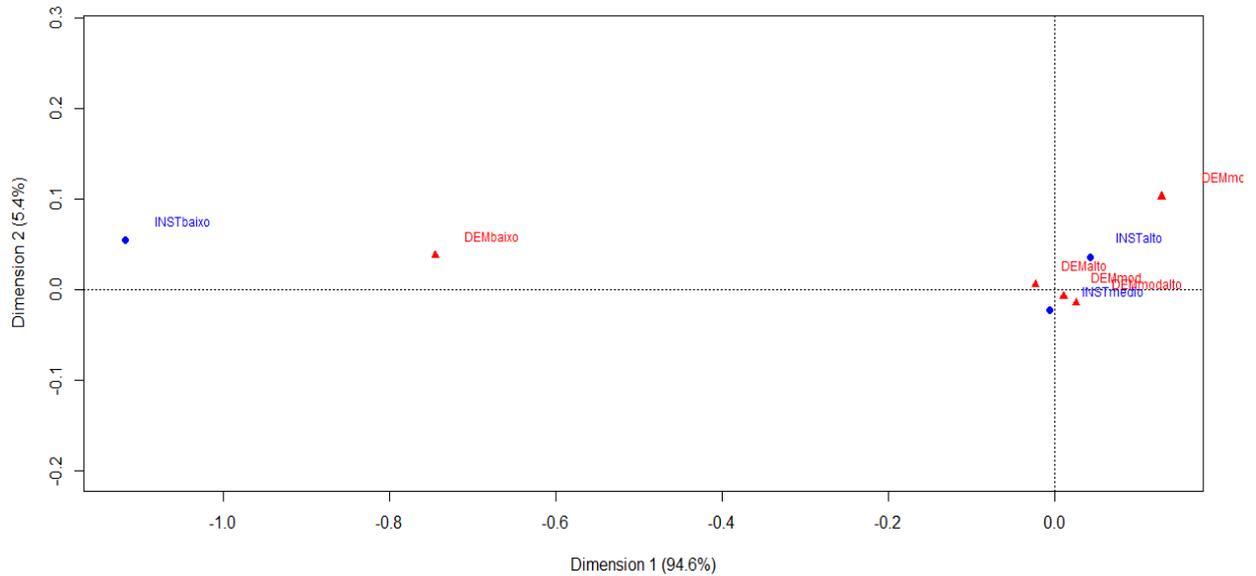
O teste nos demonstrou uma significância muito acima de 0,05, e uma correlação muito baixa, apenas -0,009. Não havendo estatisticamente associação entre as diferentes frequências de consumo de TV e a confiança nas instituições.

#### 6.4 Confiança nas Instituições e Democracia

Nesse subtópico abordaremos a confiança nas instituições através da escala formada anteriormente, e o aspecto da democracia por meio dos valores democráticos - também utilizando a escala correspondente.

Iniciamos pela análise de correspondência que temos presente no gráfico 11. Percebe-se que o nível “Alto” (INSTalto) de confiança nas instituições está a uma distância semelhante das variáveis “Moderado” (DEMmod) e “Alto” (DEMalto) acerca da democracia e, posteriormente, do aspecto de “Moderada-Alto” (DEMmodalto). Outro componente que se aproxima da democracia “Moderado” (DEMmodalto), Alta (DEMalto) e Moderado-Alta (DEMmodalto) é o nível “Médio” de confiança nas instituições. Por fim, o nível de confiança “Baixo” (INSTbaixo) está distante de todos os outros, cujo nível de democracia se avizinha a “Baixo” (DEMbaixo), na escala.

#### GRÁFICO 11 – ACC: CONFIANÇA INSTITUCIONAL E A ESCALA DEMOCRÁTICO



Legenda: INSTbaixo = baixa confiança nas instituições; INSTmedio= media confiança nas instituições; INSTalto= alta confiança nas instituições; DEMbaixo = Nível baixo de valores democráticos; DEMmodbaixo= Nível moderado baixo de valores democráticos; DEMmod= Nível moderado de valores democráticos; DEMmodalto= Nível moderado altode valores democráticos; DEMalto Nível alto de valores democráticos.

Fonte: Autor (2018).

Acerca da relação entre confiança institucional e o nível de valores democráticos, nota-se uma tendência tanto valor médio de confiança nas instituições quanto do valor alto de confiança institucional terem posições similares acerca da variáveis de valores democráticos. Ademais, ambos se aproximam mais das duas variáveis de maior nível democrático (Democracia Moderada-Alto e Democracia Alta). Diferentemente do nível baixo de confiança institucional, em que há uma queda nesse aspecto e se aproxima de níveis mais baixos de valores democráticos.

Agora para podermos observar se há uma correlação entre as variáveis. Para tanto, lançamos mão do teste de Pearson, com as mesmas duas variáveis do teste acima. Geramos, dessa forma a tabela 4.

TABELA 4 - CORRELAÇÃO DE PEARSON: ESCALA DE CONFIANÇA NAS INSTITUIÇÕES E ESCALA DE VALORES DEMOCRÁTICOS

		conf_inst	conf_dem
conf_inst	Pearson Correlation	1	,058*
	Sig. (2-tailed)		,025
	N	1486	1486
conf_dem	Pearson Correlation	,058*	1
	Sig. (2-tailed)	,025	
	N	1486	1486
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).			

Fonte: Autor (2014).

Podemos observar, através dos dados da tabela 4, que houve um resultado de 0,058. A partir disso, pode-se apontar uma associação entre as duas variáveis, sendo essa associação positiva. Também há uma significância de 0,025, o que nos permite extrapolar nossa amostra para toda população. Contudo, essa correlação é muito próxima a 0, quase nula. Dito de outra forma, apontamos haver uma associação entre a confiança nas instituições e ser detentor de valores democráticos, embora não possamos afirmar uma dependência entre elas.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho aponta que o perfil do brasileiro no ano de 2014 apresenta uma forte tendência democrática. Isso foi observado em relação aos valores apresentados através da escala de valores democráticos formado no trabalho, através da concentração de características “Moderado-Alto” e “Alto” da escala. Outro aspecto foi o apreço à democracia, em que 48,8% dos entrevistados afirmam ser absolutamente necessário viver em um governo democrático, contrapondo os 3,7% que não veem nenhuma necessidade. Acerca da confiança em instituições, ela se concentra nos aspectos “Médio” e “Alto”.

Sobre o consumo de informações, a televisão ainda é o meio de comunicação mais utilizado para se informar. Esse destaque da força da utilização do TV foi examinado anteriormente por Putnam (2015); porém, no caso aqui examinado, a sua capacidade de influência se coloca como questionável. E isso pois a aplicação do teste de Correlação Pearson sobre o consumo de informação da televisão e a participação de organizações, pelo seu cruzamento com a “escala de valores democráticos” e com a confiança nas instituições, apresentou o resultado de não significância estatística. Contudo, esse não-resultado é interessante. Pois ele nos fornece outra abordagem para o consumo de televisão, salientando sua redução na formação da percepção da realidade da população brasileira (PORTO, 1997; ALMEIDA, 2011, AZEVEDO, 2006).

Considera-se cumprido o objetivo do trabalho, qual seja, debater sobre a democracia no Brasil no ano de 2014, e isto através da associação da adesão aos valores democráticos com os meios de comunicação e a confiança institucional. Buscou-se na literatura reconhecida, principalmente Putnam (2015) e Moisés (2005), lacunas empíricas que poderiam ser exploradas. Ademais, o presente trabalho é inovador à medida que tenta abordar a variável da democracia, fugindo da percepção da população, como pode ser visto em outros trabalhos de excelente qualidade (MELO, MUDIM, 2018; ALMEIDA, 2011).

O atual trabalho buscou traçar um caminho através dos valores sociais dos respondentes. Nesse sentido, foi criada uma escala para medir os valores democráticos, em que pretendeu-se perceber se fatores como capital social e confiança nas instituições, tomados como dimensões de análise, seriam atributos a cooperar com a democracia.

Ao falarmos sobre a relação entre a participação em organizações, contrapomos a análise Putnam (2014), uma vez que ser membro ativo de uma organização não se traduz em maior nível de valores democráticos do que aqueles que não participam de nenhuma organização.

Dito isso iniciamos as respostas sobre as hipóteses que guiaram o nosso trabalho:

A hipótese 1, que diz respeito ao consumo de meios eletrônicos para se informar, está próximo a níveis menores de valores democráticos. Ou seja, estiveram próximos ao espectro menor do nosso escala de valores democráticos se comparados a outros meios. Nesse sentido, a TV, compreendida como causadora desse indicativo, foi refutada. Por haver uma tendência semelhante entre meios de comunicação eletrônicos e não eletrônicos e a televisão quando executado o teste de Correlação Pearson, não houve resultado significativo sobre a associação na escala de valores democráticos ou vice-versa - inclusive o posicionamento da televisão no gráfico da ACC nos apontou uma aproximação da variável “Moderado-Alto” ao aspecto de consumo diário de televisão.

A hipótese 2 apontava a participação de organizações como demonstrativo de engajamento público, isto é, pessoas que são membros ativos tendem a apresentar maior nível de valores democráticos do que as que não participam. Esta hipótese foi refutada. Tanto por conta da aproximação do grupo de não participantes de organizações com o nível mais alto de valores democráticos disponível na escala, e que pode ser visto na Análise de Correspondência Canônica, quanto pelo teste de Pearson, que não apontou qualquer tipo de associação de uma variável na outra.

A hipótese 3, que buscava perceber se o consumo de informações através de meios eletrônicos, principalmente a TV, estaria relacionada negativamente a percepção democrática, foi refutada. O teste de correlação de Pearson, novamente, apresentou uma correspondência não significativa entre as variáveis não podemos apontar associação entre elas. O plano gráfico, formado pela Análise de Correspondência Canônica, nos permitiu perceber, por outro lado, que tanto meios eletrônicos quanto não eletrônicos estão relacionados com os níveis “Medio” e “Alto” de confiança institucional.

A hipótese 4, que deduz que os níveis maiores de confiança nas instituições tendem a estar sincronizados a um maior nível maior de valores democráticos, foi parcialmente confirmada. Através da Análise de Correspondência Canônica, foi possível perceber que os níveis “Moderado-Alto” e “Alta” da escala de valores democráticos, estão próximos das variáveis de confiança institucional “Médio” e confiança institucional “Alto”, apesar do “Médio” estar muito mais próximo dessas duas variáveis sobre a democracia. Outro dado que podemos utilizar para apoiar essa afirmação, mesmo que de maneira cautelosa, é o resultado do teste de Pearson. Este nos mostrou uma associação positiva entre as duas variáveis, apesar de ser uma associação muito baixa, não podemos utilizar isso para apontar a associação entre as variáveis, apenas para demonstrar que elas estão ligadas de alguma forma.

Debater sobre a democracia sempre é visto como um trabalho árduo e os próprios autores também apontam à dificuldade em se obter resultados satisfatórios (PUTNAM, 2015; GOMES, 2006). Por conta disso, o presente autor reconhece suas limitações, tanto pelo extenso objeto de pesquisa para responder em um artigo monográfico, quanto pelas limitações do banco explorado e seu recorte temporal (2014). Ainda assim, esse trabalho é um passo inicial de um projeto que pretende colocar em perspectiva longitudinal dados de 2006 e 2018, referente à 5ª e 7ª onda da WVS – a último com previsão de publicação em dezembro de 2018.

## REFERÊNCIAS

- ALMOND, G. **A Discipline Divided: Schools and Sects in Political Science**. SAGE-USA. 1990.
- ALMOND, G.; VERBA, S. **The Civic Culture Political Attitudes and Democracy in Five Nations**. SAGE. 1989.
- ALMEIDA, A. P. E. A. Jornal Nacional e a Crise do Mensalão: a desconfiança dos cidadãos em relação às instituições democráticas. In **IV Congresso Latino Americano de Opinião Pública da WAPOR**, Belo Horizonte (MG), 2011.
- AZEVEDO, Fernando Antônio. Mídia e democracia no Brasil: relações entre o sistema de mídia e o sistema político. In **Opin. Publica**, Campinas, v. 12, n. 1, p. 88-113, May 2006.
- BOBBIO, N. **O Futuro da Democracia: uma defesa das regras do jogo**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.
- BOURDIEU, P. O Capital Social – Notas Provisórias. In: NOGUEIRA, Maria Alice e CATANI, Afrânio (org.). In: **Escritos de educação**. Petrópolis: Vozes, 1998.
- CASTELLS, M. **O poder da comunicação**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.
- CERVI, E. O uso do HGPE como recurso partidário em eleições proporcionais no Brasil: um instrumento de análise de conteúdo. In: **Opin. Publica**, Campinas, v. 17, n. 1, p. 106-136, June 2011.
- \_\_\_\_\_. Para quem a internet é central no Brasil? Uma medida de centralidade da internet e dos usuários a partir da Pesquisa Brasileira de Mídia. In **Revista Debates** (UFRGS), v. 9, p. 63-96, 2015.
- DAHL, R. **Polyarchy**. New Haven: Yale University Press, 1971.
- EASTON, D. **A System Analysis of Political Life**. New York: Wiley, 1965
- FAGEN, R. R. **Política e Comunicação**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1996.
- GOMES, W. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

GOMES, W. Tocqueville não via TV: Capital social, televisão e democracia. In: **XV Encontro Anual da Compós**, 2006, Bauru.

GOMES, W. Democracia digital: Que democracia?. In: MIGUEL, Luís Felipe; BIROLI, Flávia. (Orgs.). **Mídia, representação e democracia**. São Paulo: Hucitec, 2010, p. 241-259.

GOMES, W. 20 Anos de Política, Estado e Democracia Digitais: Uma cartografia do campo. In: SILVA, Sivaldo P.; BRAGATTO, Rachel C.; SAMPAIO, R. C.. (Org.). **Democracia digital, comunicação política e redes: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Letra & Imagem, 2016, p. 25-45

HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, (26ª edição), 1995.

HELD, D. **Models of Democracy**, 3rd Edition. s.l., Polity Press, 2006.

IBOP Inteligência, ICS – **Índice de Confiança Social 2018**. Disponível em <[http://www.ibopeinteligencia.com/arquivos/JOB%2018\\_0741\\_ICS\\_Apresenta%C3%A7%C3%A3o.pdf](http://www.ibopeinteligencia.com/arquivos/JOB%2018_0741_ICS_Apresenta%C3%A7%C3%A3o.pdf)> Acesso em: 20 de out. 2018

INGLEHART, R.; C. HAERPFER, A.; MORENO, C.; WELZEL, K.; KIZILOVA, J.; Diez-MEDRANO, M.; LAGOS, P.; NORRIS, E.; PONARIN B.; et al. (eds.). 2014. **World Values Survey: Round Six** Disponível em: <<http://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV6.jsp>>. Acesso em: 15 out. 2018

LIMA, V. A. Revisitando as sete teses sobre mídia e política no Brasil. In **Comunicação & Sociedade**, ano 30, n. 51, p. 13-37, jan/jun 2009.

LEITE, F.. Posições e divisões na Ciência Política brasileira contemporânea: explicando sua produção acadêmica. In **Revista de Sociologia e Política**, v. 18, p. 149-182, 2010.

\_\_\_\_\_. **O campo de produção da Ciência Política brasileira contemporânea: uma análise histórico-estrutural de seus princípios de divisão a partir de periódicos, áreas e abordagens**, UFPR, 2015.

MANIN, B. **As Metamorfoses do governo representativo**. 1995.

MARQUES, F. P. J. A.; MIOLA, E.; SIEBRA, N. Jornalismo, assessoria de imprensa e seus condicionantes organizacionais: uma reflexão a partir das teorias do jornalismo. In **Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, Animus, Santa Maria, v. 13, n. 25, p. 145-166, 2014.

MELO, U.; MUDIM, P. S. Cobertura política da imprensa, efeitos da mídia e adesão à democracia no Brasil após os protestos de 2013. In **Observatório (OBS\*) Special Issue**, (2018), 118-138.

MESQUISTA, N. C. **Mídia e democracia no Brasil: Jornal Nacional**, crise política e confiança nas instituições. São Paulo: tese de Doutorado USP, 2008.

MIGUEL, L. F. Discursos cruzados: telenoticiários, HPEG e a construção da agenda eleitoral. In **Sociologias**, Porto Alegre, n. 11, p. 238-258, June 2004.

MIGUEL, L. F. Mídia e vínculo eleitoral: a literatura internacional e o caso brasileiro. In **Opin. Pública**, Campinas, Vol. X, nº 1, Maio, 2004, p. 91-111.

MOISES, J. Á. A desconfiança nas instituições democráticas. In **Opin. Pública**, Campinas, v. 11, n. 1, p. 33-63, mar. 2005.

MOISES, J. Á.; CARNEIRO, G. Democracia, desconfiança política e insatisfação com o regime: o caso do Brasil. In **Opin. Pública**, Campinas, v. 14, n. 1, p. 1-42, June 2008.

PINTO, C. R. J. A Trajetória Discursiva Das Manifestações De Rua No Brasil (2013-2015). In **Lua Nova**, São Paulo, n. 100, p. 119-153, jan. 2017.

PORTO, M. P. O Poder Da Televisão: Relações Entre TV E Política. In **Comunicação & Educação**, São Paulo, jan./abr. 1997.

PUTNAM, R. **Jogando Boliche Sozinho: Colapso e Ressurgimento da Coletividade Americana**. Curitiba: Instituto Atuação, 2015.

ROUSSEAU, J. **Coleção Os Pensadores Rousseau I**, São Paulo: Nova Cultura, 1999.

\_\_\_\_\_. **Coleção Os Pensadores Rousseau II**, São Paulo: Nova Cultura, 1999.

SAMPAIO, R. C.; MITOZO, I. ; MASSUCHIN, M. G. ; FONTES, G. S. . Ciberpolítica, Ciberativismo e Cibercultura: Uma análise dos papers apresentados no grupo de trabalho da ANPOCS. In Anais da ANPOCS, 2017, Caxambu, 2017. v. 1. p. 1-31.

SECOM. (2014). Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Relatório**

**Final Pesquisa Brasileira de Mídia 2014**. Brasília, DF.

SECOM. (2016). Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Relatório Final Pesquisa Brasileira de Mídia 2016**. Brasília, DF.

TOCQUEVILLE, A. **Democracia na América**. 2ª Edição. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

VASCONCELOS. C.; Viscarra, S. P. Democracia no Brasil: a incidência da confiança institucional sobre a participação política dos brasileiros. In **Caderno Eletrônico de Ciências Sociais**, Vitória, v. 4, n. 1, pp. 24-44.

Values Survey: **Round Six - Country-Pooled Datafile Version**: Disponível em: <<http://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV6.jsp>> Acesso em: 15 de out. 2018.