

JUVENTUDE E CULTURA POLÍTICA NA ERA DA PÓS-VERDADE

AVALIANDO AS PERCEPÇÕES DOS JOVENS
PORTO-ALEGRENSES SOBRE FAKE NEWS E POLÍTICA*

2

Marcello Baquero (nupesal@yahoo.com.br)[†]

Ana Julia Bonzanini Bernardi (ana.bernardi@ufrgs.br)[‡]

Resumo: Este artigo examina as percepções da juventude sobre política e *fake news*, considerando o crescente papel das redes sociais como agências socializadoras em um contexto de pós-verdade. A hipótese postulada é da manutenção de uma cultura política híbrida, permeada por desconfiança e baixo interesse por política. Os dados são de pesquisa survey conduzida com 876 jovens na cidade de Porto Alegre em 2019 trazidos em uma análise descritiva. Os resultados apontam a manutenção de uma cultura política híbrida em um ambiente de alta disseminação de desinformação.

Palavras-chave: juventude; cultura política; *fake news*; pós-verdade.

YOUTH AND POLITICAL CULTURE IN THE POST-TRUTH AGE:
ASSESSING THE PERCEPTIONS OF YOUNG PEOPLE FROM
PORTO ALEGRE CITY ABOUT FAKE NEWS AND POLITICS

Abstract: This article examines the perceptions from youth about politics and *fake news*, considering the increasing role of social networks as socializing agencies in a post-truth background. The postulated hypothesis is the maintenance of a hybrid political culture, permeated by distrust and low levels of interest in Politics. The data analysed come from survey research conducted with 876 young people in the city of Porto Alegre in 2019 resulted from a descriptive analysis. The results indicate the maintenance of a hybrid political culture in an environment of high dissemination of disinformation.

Keywords: youth; political culture; *fake news*; post-truth.

* Este artigo contou com o apoio de recursos do CNPQ por meio de financiamento do projeto “Democracia, mídias e capital social: um estudo comparativo de socialização política dos jovens no sul do Brasil”. Chamada universal MCTIC/CNPq n. 28/2018.

[†] Professor Emérito do Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

[‡] Doutora em Ciência Política no Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

1 INTRODUÇÃO

Estamos vivendo presentemente o que se denomina era da pós-verdade, derivada de um contexto de propagação de *fake news* em processos eleitorais conjugada a uma crise de legitimidade das instituições representativas. Embora o uso das mentiras na política não seja um produto da modernidade e das novas tecnologias, tal prática foi impulsionada através da manipulação algorítmica das plataformas digitais, sendo deflagradas a partir do plebiscito do Brexit e, principalmente, no pleito estadunidense que elegeu Donald Trump como presidente, em 2016.

No contexto brasileiro, as eleições de 2018 foram marcadas pela disseminação de notícias falsas, não só sobre os candidatos, mas também sobre as instituições políticas e sobre a lisura do pleito eleitoral. Contrariando os teóricos da mobilização (NEWTON; NORRIS, 2000), que viam a possibilidade de maior engajamento político dos cidadãos via redes sociais, os dados de opinião pública recorrentemente vêm mostrando o contrário — a sociedade está mais polarizada e mais desconfiada da política (ESEB, 2018; LAPOP, 2018/19).

De forma geral, as fakes news impactam negativamente na capacidade dos cidadãos de tomarem decisões políticas informadas, colocando em xeque a credibilidade das instituições. Com base na teoria da cultura política (ALMOND; VERBA, 1963; BAQUERO, 2008), entendemos que o apoio à política, ao sistema político e à democracia são construídos com base em experiências positivas contínuas, que se materializam em uma memória que valoriza os princípios e valores democráticos. Desse modo, a formação de uma cultura política deriva da forma como crenças, normas e valores políticos são internalizados pelos indivíduos por meio de diferentes agentes socializadores, tais como família, escola, amigos e as diferentes mídias (BAQUERO; BERNARDI; MORAIS, 2016). No entanto o histórico brasileiro de interrupções democráticas, aliadas a práticas políticas deletérias, tais como o patrimonialismo, o personalismo e a corrupção generalizada, tem contribuído para desestimular a participação e o interesse do jovem na política. A consequência, portanto, da baixa credibilidade das instituições políticas e do repúdio aos políticos é um terreno fértil para a propagação da desinformação.

Nesse contexto os jovens cidadãos não têm ficado imunes a esse processo de desinformação. Acompanhando tendências da população adulta no país, os jovens entrevistados na pesquisa “Democracia, mídia e capital social”, realizada entre junho e dezembro de 2019 com 876 alunos de Ensino Médio de escolas públicas e privadas da cidade de Porto Alegre, admitem ter conhecimento da propagação de notícias falsas no país. Mais de 95% dos entrevistados concordaram com a afirmação de que houve um crescimento na divulgação de notícias

falsas sobre políticas no país desde 2018¹. Ao mesmo tempo, relatam que têm conhecimento da existência de notícias falsas nas redes sociais (87,9% no Facebook, 83,5% no WhatsApp e 64,7% no Instagram) e nas mídias tradicionais (66,2% na televisão, 58,1% nos jornais e revistas e 31,6% no rádio). Tais percentagens indicam que os jovens percebem a existência de notícias falsas como algo crescente e derivado de interesses políticos, contudo não mostram clareza sobre o que constitui uma notícia falsa ou como lidar com a infodemia no novo paradigma comunicacional.

Considerando o impacto da socialização das novas mídias na cultura política e na concepção de democracia dos jovens, esse artigo tem o objetivo de analisar as percepções dos jovens sobre redes sociais, política e *fake news*, considerando o contexto atual de pós-verdade e crise da democracia representativa. A hipótese postulada é de que a desconfiança das instituições e baixo interesse por política produzem a manutenção de uma cultura política híbrida.

A contribuição que trazemos com este artigo é de que a disseminação das redes digitais, como fontes de informação cada vez mais relevantes, sobretudo para essa nova geração que se autossocializa pela internet, parece não estar dando os resultados esperados no sentido do surgimento de uma cultura política juvenil mais politizada criticamente e participativa. Assim, argumentamos a necessidade de uma educação crítica das mídias, a partir do conceito de educação midiática, de forma a preparar os jovens para que tenham maior discernimento das informações dentro das diferentes mídias que interagem, despertando-os para a importância da compreensão da política a partir de fatos, dados e informações verificáveis.

Este artigo está estruturado em três partes, além da introdução e das considerações finais. Primeiramente, contextualizamos o período histórico vivenciado, destacando os conceitos de pós-verdade e de *fake news* e o crescente papel das novas mídias. Na segunda parte, abordamos as características da cultura política juvenil e da socialização política desses novos agentes à luz do contexto atual. Na terceira parte, analisamos as compreensões dos jovens sobre democracia, política e disseminação da desinformação, considerando variáveis de interesse, eficácia e eficiência política e confiança. A análise deu-se com base nos dados da pesquisa “Democracia, mídia e capital social: um estudo de socialização política no Sul do Brasil”, realizada pelo Núcleo de Pesquisa sobre a América Latina (NUPESAL), conduzida com 876 jovens entre 13 e 24 anos na cidade de Porto Alegre/RS em 2019.

¹ 88,6% concordaram e 17,5% concordaram parcialmente com a afirmação, somando 98,1% dos citados.

2 PÓS-VERDADE, FAKE NEWS E REDES SOCIAIS

Nas origens do totalitarismo, Hannah Arendt descreve que o súdito ideal para um regime totalitário é aquele que não difere o fato da ficção e que não compreende os critérios básicos da criticidade ao receber uma informação — a simples diferenciação entre o que é verdadeiro e o que é falso. A pós-verdade, nomeada a palavra do ano pelo Dicionário de Oxford em 2016, denota esse contexto na contemporaneidade, ao passo que ideologias, crenças, teorias conspiratórias e vivências individuais passaram a ser compartilhadas como “verdades inegáveis”, reescrevendo fatos históricos e negando descobertas científicas, sob o contexto de uma determinada ideologização política. Nesse sentido, a pós-verdade está ancorada a um retorno aos conceitos pré-modernos, enraizados na autoridade relacional de quem transmite a informação e não na propriedade dessa fonte sobre o assunto (DUNKER, 2017).

De acordo com Matthew D’Ancona (2018, p. 20), a nova guerra contra os fatos em tempos de *fake news* enfatiza a existência de uma tendência global focada na desconstrução do valor da verdade por meio da deslegitimação da ciência, visto que “os especialistas são difamados como um cartel mal-intencionado, em vez de [serem considerados] fonte de informações verificáveis”. Na mesma linha, Kakutani (2018 *apud* BERNARDI, 2020) aponta que a pós-verdade e a desinformação estão ligadas a uma refutação da ciência e maior aceitação de discursos inflamados por preconceitos e intolerâncias como forma de manipulação da sociedade civil e da opinião pública.

No inglês, o termo *misinformation* se refere a como informações falsas ou imprecisas espalhadas de forma não intencional — como, por exemplo, um erro de reportagem, INFLUENCIAM A OPINIÃO PÚBLICA. Já *desinformation*, em português desinformação, trata daquela informação intencionalmente falsa e deliberadamente propagada com a intenção de enganar usuários e se multiplicar pelas redes (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017; BERNARDI, 2020; MARWICK; LEWIS, 2017). Desse modo, as *fake news* são entendidas como desinformação: notícias que são difundidas intencionalmente e são verificavelmente fraudulentas, difundidas com a intenção de enganar os leitores. Dentro dessa categoria excluem-se sátiras, paródias e erros jornalísticos.

A internet e as redes sociais, por serem espaços em que o próprio usuário vira produtor de conteúdo e o espalhamento de informação ocorre na velocidade de um clique, são altamente propícios para a circulação de desinformação e notícias falsas (RECUERO; GRUZD, 2019; VOSOUGHI; ROY; ARAL, 2018). Adicionalmente, é um ambiente de anonimato e de baixa regulação de conteúdos, em que as informações que recebemos são aquelas direcionadas para nós por meio de algoritmos em consonância com o nosso histórico de buscas e curtidas — logo estamos mais propensos a receber informações com as quais concordamos. Essas são as chamadas bolhas das redes sociais e as câmaras de

eco (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017; DEB; DONOHUE; GALISYER, 2017) que,

ao isolar indivíduos que compartilham crenças e pensamentos homogêneos dentro das mesmas frequências algorítmicas, facilitam a propagação de *fake news*, já que as mesmas notícias são visualizadas diversas vezes no mesmo ambiente, sendo recompartilhadas por pares que contam com credibilidade social (BERNARDI, 2020, p. 56).

Conforme já mencionado na introdução, os estudos sobre desinformação e *fake news* foram potencializados a partir do contexto do Brexit e das eleições norte-americanas de 2016, sobretudo após o vazamento do escândalo sobre a Cambridge Analytica². Além dos eventos em si, Trump também foi responsável pela popularização do termo *fake news*, ao se utilizar dele como plataforma política para negar notícias verídicas das mídias tradicionais que eram contrárias às suas posições, desde a sua campanha, em 2016, até a sua exclusão das redes sociais, após promover desinformação sobre a pandemia de Covid-19 (COSTA; BERNARDI, 2020), mas especialmente por suas mentiras em relação às eleições norte-americanas de 2020 e postagens que motivaram a invasão ao capitólio estadunidense, em 2021³ (G1, 2021). Essa invasão chama a atenção e dá indicativos de potenciais ações semelhantes no próximo pleito eleitoral de 2022 no Brasil.

Fazendo uma retrospectiva das eleições de 2018 no Brasil, constatou-se a materialização de uma polarização político-ideológica que vinha latente desde a campanha eleitoral de 2014, fermentada pelas manifestações políticas de 2013. A última eleição presidencial que culminou na eleição de Jair Bolsonaro foi marcada pela disseminação de notícias falsas não só dos candidatos, mas também das próprias instituições políticas brasileiras⁴, envolvendo não só Facebook, Twitter e Instagram, mas também, e ao que tudo indica, principalmente

² Cambridge Analytica foi uma empresa de marketing político que utilizou indevidamente de dados obtidos no facebook para realizar *microtargeting* de campanhas políticas, baseado no perfil psicológico de usuários da rede social. Dessa forma campanhas de ódio e desinformação foram feitas sob medida para influenciar votos no plebiscito para o Brexit do Reino Unido e nas eleições de 2016 nos Estados Unidos (UK HOUSE OF COMMONS, 2019).

³ Donald Trump foi bloqueado permanentemente do Facebook e Instagram até 2023 após a Invasão do Capitólio. O ex-presidente norte-americano também teve sua conta encerrada no twitter, sem previsão de retorno à plataforma. Antes da invasão do capitólio, Trump teve uma série de postagens excluídas por serem verificadas como desinformação (COSTA; BERNARDI, 2020).

⁴ De acordo com levantamento do gabinete digital da FGV, a fake news mais compartilhada das eleições foi sobre fraude nas urnas eletrônicas, chegando a 3.341.621 menções entre Facebook e Twitter, entre 22 de setembro e 21 de outubro de 2018 (FGV/DAPP, 2018).

disparos automatizados no WhatsApp⁵. As denúncias de disseminação de notícias falsas ocasionaram a instauração de uma CPI no Senado para investigar sobre a contratação de agentes do caos, inclusive possibilitando investigações posteriores à eleição relativas a atos antidemocráticos no exercício da atual presidência e ao longo da pandemia de Covid-19, que já se alastra desde o início de 2020⁶, ceifando a vida de mais de 500 mil brasileiros⁷.

Dentro desse novo ambiente comunicacional polarizado, os jovens, por passarem muito tempo online, são vistos como alvos potenciais para a desinformação. Também por não serem tão afeitos e interessados por política, estão mais vulneráveis a acreditarem em informações erradas, passadas por pessoas próximas, nas quais confiam.

Dando sequência ao plano proposto para este estudo, na próxima seção, discutiremos sobre socialização política da juventude, cultura política e agentes socializadores.

3 CULTURA E SOCIALIZAÇÃO POLÍTICA PELAS NOVAS MÍDIAS NA JUVENTUDE

A cultura política trabalha com o pressuposto de que, mais do que instituições políticas funcionais, para se ter uma democracia com estabilidade, é preciso que a sociedade tenha interesse, participação e crença no Estado e no sistema político. Almond e Verba (1963), em seu estudo seminal, atribuíram que o tipo de cultura ideal para a democracia seria a cultura cívica, de participação dos cidadãos, mas também de submissão às elites governantes. Inglehart e Welzel (2009) postularam a importância do ideal de desenvolvimento humano dentro da cultura política, associando a formação de capacidades como forma de emancipação, tanto de liberdades individuais quanto de liberdades políticas e direito à cidadania. Recentemente, Dalton e Welzel (2014) apontaram que o tipo ideal de cidadania no século XXI seria a cidadania assertiva, que incorpora a criticidade e a contestação das elites políticas e econômicas para uma democracia mais igualitária e responsiva às desigualdades sociais. Esse processo está associado com a expansão do conceito de democracia, que passa a ser percebida como um sistema político que deveria prover bem-estar social e

⁵ Investigação da Folha de São Paulo descobriu, nas vésperas do segundo turno da eleição, a contratação de disparos em massa no WhatsApp em campanha pró-Jair Bolsonaro. A informação foi confirmada por empresário espanhol, dono da empresa EnviaWhatsApp, em 2019 (MELLO, 2019).

⁶ O inquérito 4.828 foi aberto pelo ministro do Supremo Tribunal Federal Alexandre de Moraes e investiga o financiamento de grupos que promovem atos antidemocráticos pelo país. Os principais investigados são os sócios do portal Terça Livre — Allan dos Santos, Bruno Ayres e João Bernardo Barbosa —, além de políticos bolsonaristas como Bia Kicis (PSL-DF), Eduardo Bolsonaro (PSL-SP) e o, já réu, deputado federal Daniel Silveira (PSL-RJ) (ROCHA; TEIXEIRA, 2021).

⁷ O Brasil atingiu a marca de 500 mil mortos pela Covid-19 na data de 19/06/2021 (PEDUZZI, 2021).

qualidade de vida, porém, diante da ineficiência do Estado em responder com políticas públicas eficientes aos novos dilemas sociais, ocasiona maior insatisfação dos cidadãos com as instituições políticas, fazendo com que os cidadãos deixem de ser submissos e leais e passem a ser cidadãos críticos (BAQUERO; BERNARDI; MORAIS, 2016).

Não sendo desassociada de fatores históricos relativos à identidade social de cada país, a cultura política é construída por meio de uma conjugação entre a dimensão formal das relações sociais e a qualidade e a natureza dos valores que são transmitidos através do processo de socialização política. Quando os valores democráticos não se institucionalizam, fruto de interrupções democráticas, aliadas a práticas clientelistas e paternalistas, em um quadro de corrupção generalizada, a cultura política brasileira se mostra preponderantemente de submissão, apatia e desconfiança política. Trata-se, portanto, daquilo que Baquero (2018) chamou de cultura política híbrida, em que há uma predominância de comportamentos e valores autoritários aliados a uma percepção positiva da democracia como ideal, mas não como prática social, estando associados a um contexto de democracia inercial.

O processo de socialização política engloba, assim, a internalização das normas, tradições e valores políticos da sociedade, sendo contínuo e sujeito a modificações ao longo de toda a vida do indivíduo (ALMOND; VERBA, 1963; BAQUERO; BAQUERO, 2007). Partindo desse quadro, Schmidt (2000, p. 56) define a socialização política como “o processo de formação de atitudes políticas nos indivíduos ou, sob o enfoque geracional, o processo de interiorização da cultura política existente em um meio social por parte das novas gerações”. Ainda, nas palavras de Easton e Dennis (1967, p. 7), ela engloba os procedimentos de desenvolvimento através dos quais as pessoas adquirem orientações políticas e padrões de comportamento. Os principais agentes apontados pela literatura são a família, os amigos, grupos associativos, a escola e os meios de comunicação — não havendo convergência quanto à importância específica de cada um (BAQUERO; BERNARDI; MORAIS, 2016).

No Brasil, as questões sobre a alfabetização e, posteriormente, sobre o alfabetismo funcional, sempre foram relevantes para se compreender a desigualdade social incipiente na sociedade. Pensando em termos de cidadania, a formação do Estado brasileiro como instituição precedeu a formação da sociedade civil, que foi fundada em moldes elitistas. Da mesma forma, o Estado não tinha prioridade em proporcionar uma qualidade de ensino que possibilitasse uma ampliação de mão de obra qualificada gerada pela institucionalização da quarta revolução industrial e da sociedade de conhecimento (CARVALHO, 2002). Do ponto de vista da socialização política e da construção da cultura política, a implicação mais contundente da prática do patrimonialismo, bem como de seus derivados (coronelismo, clientelismo etc.), é a legitimação da troca de favores como algo aceitável e costumeiro (BAQUERO, 2018). Esses desvios morais, como falsificar um atestado e contratar um membro da família em um

cargo público, não são considerados atos de corrupção no imaginário popular e diferem dos escândalos de corrupção das instituições públicas por tratar-se de um “jeitinho brasileiro”.

Diferentes trabalhos no Brasil tratam sobre a importância da fase da adolescência no processo de internalização e formação de valores, sentimentos e comportamentos em relação à política (BAQUERO; BAQUERO, 2014; BERNARDI, 2017; MORAIS, 2017; NAZZARI, 2005; ZORZI, 2016). Os autores apontam que é ao longo da juventude e da inserção no ambiente escolar que ocorre um dos momentos mais intensos de desenvolvimento cognitivo e de maior assimilação da esfera política pelos jovens (BAQUERO; BAQUERO; MORAIS, 2017). No entanto, enquanto se concorda com a importância de trabalhar com jovens em idade escolar, o que se percebe em nossa pesquisa é que a escola tem perdido espaço como agente socializador, sendo substituída pela internet/redes sociais.

A importância da internet para os brasileiros se mostra como um fenômeno inegável e crescente nos últimos anos. De acordo com a TIC Domicílios (CGI, 2020), o celular é o dispositivo mais usado para acessar a internet (99%), e 58% da população entrevistada acessam a internet somente pelo celular, sendo predominante para as classes mais baixas (85%) e na zona rural (79%). Até mesmo o acesso à televisão e aos serviços de streaming pela internet vêm crescendo (subiu 7 pontos percentuais no último ano), e a principal atividade realizada é a comunicação — 92% mandaram mensagem por aplicativos de redes sociais, 76% utilizaram as redes sociais, 73% conversaram por chamada de voz. Quanto ao consumo de notícias no ambiente online, 56% dos entrevistados afirmaram que leram jornais, revistas ou acessaram notícias na internet (CGI, 2020).

Atualmente, segundo a ONG *We are social*, os brasileiros ficam online cerca de 10h08 minutos por dia, sendo o segundo país no ranking diário da internet, apenas ficando atrás das Filipinas. Ainda, de acordo com essa organização, a internet é utilizada por 75% da população brasileira, e 70,3% da população utiliza ativamente alguma rede social, e a média de uso de redes sociais é de 3 horas e 42 minutos diários. As redes sociais mais utilizadas são o WhatsApp (média de 30.3 horas ao mês), Facebook (média de 15.6 horas ao mês) e Instagram (média de 14 horas ao mês) (WE ARE SOCIAL, 2021). Além disso, o Relatório Reuters Digital News Report, de 2020, apontou pela primeira vez as redes sociais (67%) à frente da televisão (66%) como fonte de informação para os brasileiros. Dentre os entrevistados 87% citaram utilizar o meio online para se informar, também incluindo jornais e revistas digitais, além das redes sociais (NEWMAN *et al.*, 2020).

Esse avanço da internet é estudado por duas correntes opostas: a que vê na internet um papel de mobilização e de conexão de diferentes atores, portanto, positivo para a democracia (CASTELLS, 2003; NEWTON; NORRIS, 2000);

e aquela que concentra seus estudos no efeito negativo, sobretudo para a esfera política (PATTERSON, 2000; PUTNAM, 2006). A ampliação da desinformação e das *fake news* na política, catalisadas pelas plataformas digitais, acirraram ainda mais esse debate, ao passo que a regulação e correção da desinformação dentro do ambiente digital são muito mais difíceis do que na mídia tradicional e vem impactando processos políticos eleitorais (BERNARDI, 2019).

Segundo Castells (2003), a internet foi criada em um formato que possibilita múltiplas utilidades, como o maior acesso à informação e a maior interação entre os seus usuários, porém também impõe inúmeros desafios em termos de regulação, uma vez que seu uso pode ser alterado na prática social gerando desinformação e potenciais prejuízos para a sociedade (SORJ, 2010, 2011). Segundo o Reuters Digital Institute Report (2020), o Brasil é o país onde a preocupação com *fake news* é mais alta, com 84% dos respondentes, enquanto a média mundial é de 56% (NEWMAN *et al.*, 2020). A preocupação não é infundada, se considerarmos que 83% dos brasileiros sinalizam que já perceberam alguma mensagem falsa em suas redes sociais e 47% indicaram ter dificuldades de identificar se uma notícia compartilhada nas redes sociais é falsa (DATASENADO, 2019). Em se tratando especificamente de jovens, um estudo da OCDE demonstrou que 62% dos jovens de 15 anos brasileiros não conseguem discernir fatos de opiniões — média superior aos outros 79 países do grupo, que é de 53% (OECD, 2021).

Nesse sentido, a materialização da Internet como um novo agente de socialização, principalmente na juventude, pode impactar a internalização de valores dos jovens, que ficam conectados(as) muitas horas por dia e passam a ter em suas casas um novo agente socializador na ponta dos dedos, com a facilidade de um toque no celular, através das redes sociais (MORAIS, 2017; OWEN, 2017). No entanto, assim como os demais agentes, ela não pode ser analisada em um vácuo, e jovens que estejam mais preparados politicamente e que sejam mais críticos da informação que recebem obterão mais conhecimento no seu tempo online e farão um uso mais assertivo da informação que recebem nessas plataformas.

Para tanto, a seguir, utilizando os dados da pesquisa “Democracia, Mídia e Capital Social”, entre junho e dezembro de 2019, com 876 alunos de ensino médio, de escolas públicas e privadas da cidade de Porto Alegre, pelo Núcleo de Pesquisa sobre América Latina (Nupesal), avaliamos como os jovens percebem a democracia, a política e a desinformação.

4 JUVENTUDE BRASILEIRA E SUAS PERCEPÇÕES SOBRE POLÍTICA, FAKE NEWS E DEMOCRACIA

Pensar na juventude brasileira implica falar em diferentes juventudes. Embora tratadas como um só grupo neste paper, as realidades socioeducacionais no

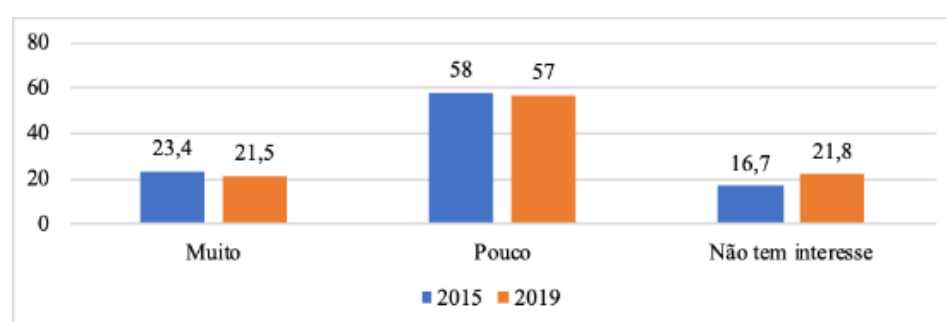
Brasil são diversas, e alunos de escola pública terão experiências diferentes das de alunos de escola privada em suas socializações (ZORZI, 2016; BERNARDI, 2017). Conforme já argumentado aqui, historicamente o acesso à educação era um privilégio das classes médias e altas da sociedade brasileira. Concomitantemente à expansão do acesso educacional a partir da CF/88, houve uma grande migração de alunos de classes altas e médias para a rede privada de ensino, edificando assim a ideia do ensino público no país como uma “escola para pobres”, com qualidade significativamente inferior à rede de ensino particular (DAYRREL, 2007).

Assim o processo de escolarização se mostra hoje um importante espaço de sentido, que explicita, de forma incisiva, desigualdades e oportunidades limitadas a determinados grupos de jovens brasileiros (ANDRADE; NETO, 2004, p. 56). O escopo de jovens abarcado neste artigo engloba alunos do ensino médio de escolas públicas e privadas, de 13 a 25 anos, sem diferenciação de classe e tipo de escola, mas entendendo esse grupo dentro do enquadramento de jovens estudantes.

4.1 *Interesse por política, eficácia e eficiência política*

Independente da força de cada agente de socialização política, a politização do jovem não é um processo unilateral e também está circunscrita ao jovem como indivíduo ativo em seu processo, que ocorre em um ambiente de múltiplas influências. Para tanto, a variável de interesse por política é muito importante, pois indica o quanto o jovem está disposto a se engajar no meio político. No Gráfico 1, trazemos a comparação entre os anos 2015 e 2019 na cidade de Porto Alegre/RS.

GRÁFICO 1 Interesse por política em 2015 e 2019



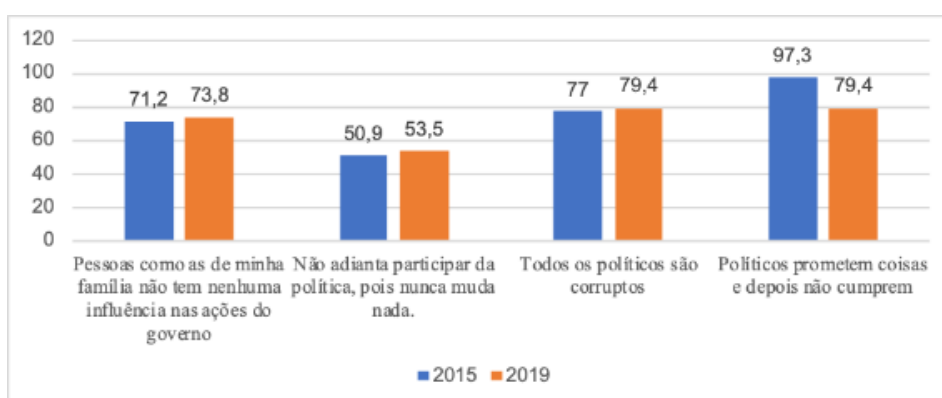
Fonte: NUPESAL (2015; 2019).

n 2015= 690; n 2019= 848

Assim como nas pesquisas de opinião pública com a população adulta⁸, constatamos que os jovens estão mais desinteressados com a política. Embora a variação entre muito e pouco seja pequena, ela demonstra uma flutuação considerável para o grupo daqueles que apontam não ter interesse (21,85%) em 2019. A queda no interesse político dos jovens entre 2015 e 2019 também acompanha a concordância com afirmações de que revelam uma percepção de baixa responsividade do sistema político e de pouca eficácia política (Gráfico 2, abaixo).

O conceito de eficácia política se refere à relação entre o cidadão e o sistema político. Nesse sentido, a eficácia ou a competência cidadã subjetiva (ALMOND; VERBA, 1963) diz respeito ao quanto o indivíduo acredita que pode influenciar no sistema político, o quanto ele acredita que suas ações farão diferença na política, sendo relacionado ao conceito de confiança no sistema e de sua própria representatividade (PONTE, 2006). Conforme pode ser observado no Gráfico 2, a maior parte dos jovens não acredita que sua participação pode gerar ganhos efetivos na política.

GRÁFICO 2 Concordância com as afirmações em 2015 e 2019



Fonte: NUPESAL (2015; 2019).

n 2015= 670; n 2019 = 850

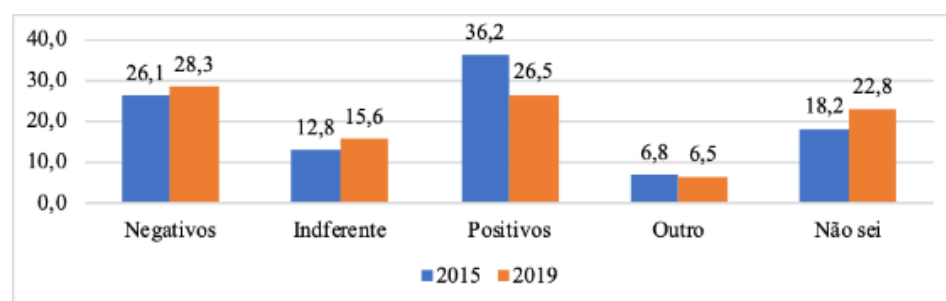
As duas primeiras afirmações denotam uma baixa eficácia (eficácia interna), pois indicam que os jovens não acreditam que pessoas de sua família tenham influência na política (73,8%) ou que não adianta participar (53,5%), já que a política não muda. Essa percepção aponta para sintomas de apatia política. Da mesma forma que a percepção de baixa responsividade do sistema (SOHL,

⁸ De acordo com o ESEB 2018, 39,3% dos respondentes declararam-se pouco interessados e 29,5% nada interessados em política.

2014) ou de eficácia externa, refere-se ao papel que se espera que as instituições — e os atores políticos — desempenhem, e está ligada às duas últimas afirmações do Gráfico 2. As porcentagens de que todos os políticos são corruptos subiu para 79,4%, indicando uma maior percepção de corrupção em agentes. Quanto à segunda questão (políticos prometem coisas e depois não cumprem), mesmo que o valor tenha diminuído de 97,3% para 79,4%, ainda assim se tem uma taxa consideravelmente alta de jovens que têm baixa expectativa de que as pautas da eleição serão cumpridas no governo.

O sentimento de não responsividade do sistema político fica ainda mais evidente quando perguntamos aos jovens como se sentem em relação à política, conforme exposto no Gráfico 3 abaixo:

GRÁFICO 3 Sentimento em relação à política em 2015 e 2019



Fonte: NUPESAL (2015; 2019).

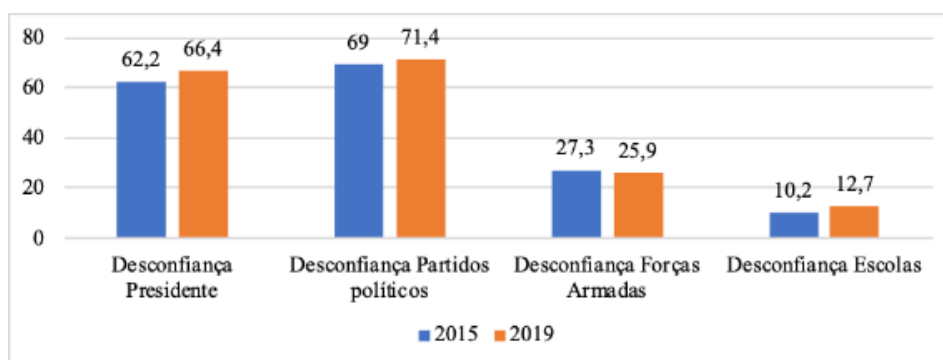
n 2015 = 690 n 2019 = 863

De acordo com os dados, percebe-se uma maior menção a sentimentos negativos sobre política (alienado, desiludido e isolado), chegando a 28,3% em 2019. Também se observa um aumento daqueles que se declaram indiferentes sobre política (15,6%), em conformidade com o elevado número de alunos que apontaram não saber como se sentem, tanto em 2015, com 18,2%, quanto de 22,8% em 2019.

A relação de apatia e desinteresse do jovem com a política também reflete no descrédito e na desconfiança nas instituições. Como podemos observar no Gráfico 4, abaixo, a única das categorias que registrou menor desconfiança, em 2019, é a das forças armadas⁹, que passou de 27,3%, em 2015, para 25,9% em 2019. Todas as demais instituições têm níveis de desconfiança acrescidos.

⁹ Esses dados são relativos ao período de 2019, e, dadas a conjuntura de crise institucional do governo Bolsonaro e a inclusão das forças armadas como parte integrante do governo e deste projeto político, podem ter sido alterados no período atual.

GRÁFICO 4 Desconfiança nas Instituições em 2015 e 2019.



Fonte: NUPESAL (2015; 2019).

n 2015= 647 e n 2019= 845

Esse alto grau de desconfiança nas instituições é padrão do Brasil como um todo (BAQUERO; GONZÁLEZ, 2016). Dentro desse quadro, também chama a atenção o crescimento da desconfiança nas escolas, de 10,2 para 12,7% em 2019. González, Morais e Bernardi (2019) atentaram para esse número, quando analisado em conjunto com a porcentagem de 21,2% de alunos que não concordam que política deva ser discutida em sala de aula (em relação a 13,2% em 2015), dados que podem ser sintomáticos do crescimento do Projeto “Escola sem Partido”, movimento da extrema direita conservadora que é contra a discussão de temáticas como gênero, ditadura militar, política e religiões em sala de aula.

Tanto o movimento escola sem partido quanto a crescente confiança nas forças armadas fazem parte do imaginário autoritário brasileiro e são pautas destacadas pela nova direita populista no Brasil (GONZÁLEZ; MORAIS; BERNARDI, 2020). No Brasil, a transição para a democracia após a ditadura militar de 1964 se deu de forma pactuada, sem condenação dos crimes exercidos ao longo da ditadura. O período da ditadura militar coincidiu com a industrialização do país e enriquecimento da classe média e elites apoiadoras do regime. Nesse sentido a ausência dessa ruptura com o passado autoritário recente é responsável por uma alta estima de parte da população às forças armadas, que são vistas como sinônimo de ordem, respeito e valorização à pátria. Assim sendo, com a eclosão do discurso de rejeição da política tradicional e com o discurso antipartidário, as Forças Armadas ganharam credibilidade no cenário público brasileiro, sendo reforçados pela retórica militarista de Bolsonaro (GALLEGO, 2019).

Nessa mesma direção, o movimento Escola sem Partido tem em sua gênese a ideia de “combater a doutrinação de esquerda” nas salas de aula, prezando por uma educação neutra, “livre” da política. Parte das pautas do movimento escola sem partido está ancorada nas discussões de pós-verdade, que contesta acontecimentos históricos como a ditadura no Brasil ter salvado o país do comunismo e o nazismo na Alemanha como um movimento de esquerda. Essa dualidade entre concordar que a democracia é a melhor forma de governo (89,6%), mas acreditar que, em determinadas circunstâncias, um governo autoritário é preferível a um governo democrático (45%) demonstra a cultura política híbrida é maioria entre os jovens analisados (NUPESAL, 2019). A seguir, avaliamos o peso dos agentes de socialização, dando centralidade para o papel da internet e das redes sociais no comportamento e cultura política dos jovens.

4.2 *Socialização por redes sociais e Fake News*

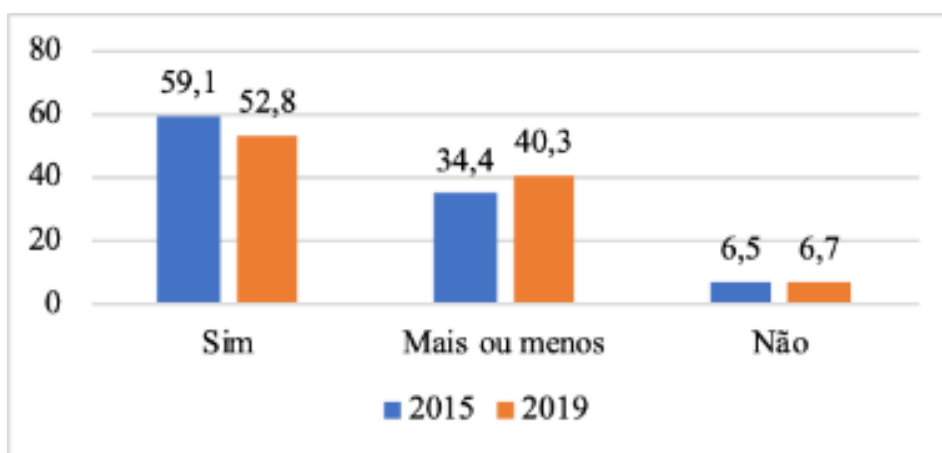
De acordo com os dados coletados na pesquisa “Democracia, mídias e capital social: um estudo comparativo de socialização política dos jovens no sul do Brasil”, do Núcleo de Pesquisa sobre América Latina (NUPESAL), já em 2015, 96,2% dos jovens afirmavam ter acesso à internet em suas casas, número que subiu para 96,3% em 2019 (NUPESAL, 2015; 2019). Os dados até aqui examinados apontam o jovem como o público que mais consome os conteúdos da internet e das redes sociais. A pesquisa de 2015 demonstrou que os jovens passam em média 9 horas de seu dia conectados, tempo superior à maior parte dos turnos escolares, por exemplo.

Nessa perspectiva, a maior parte desse tempo é usada nas redes sociais. Inclusive, 93,1% dos respondentes de 2019 acreditam que as redes sociais podem ser instrumentos de participação política.

Dentro desse contexto, o Gráfico 6, abaixo, demonstra as instituições indicadas pelos jovens como centrais para formar a sua opinião política, nos anos de 2015 e 2019. Destarte, já se percebe que a única que registrou um aumento contundente foi a de internet/redes sociais, que cresceu de 21,4%, em 2015, para 24,9% em 2019.

Tradicionalmente, nos estudos de socialização política, o primeiro agente considerado era a família, seguido da escola (HYMAN, 1959; JENNINGS; STOKER; BOWERS, 1999; WASBURN; COVERT, 2017). Dentro da pesquisa conduzida pelo Nupesal, o primeiro agente destacado é a família (38,6% e 35,7%, respectivamente). No entanto, desde 2015, a internet/redes sociais (21,4%) já são mais citadas que a escola (17,7%). Em 2019, esses números crescem ainda mais para internet (24,9%) e decrescem para a escola como agente (16%). Entrando na temática sobre *fake news*, perguntamos aos jovens sobre o aumento da desinformação nos últimos anos, conforme ilustrado no gráfico abaixo:

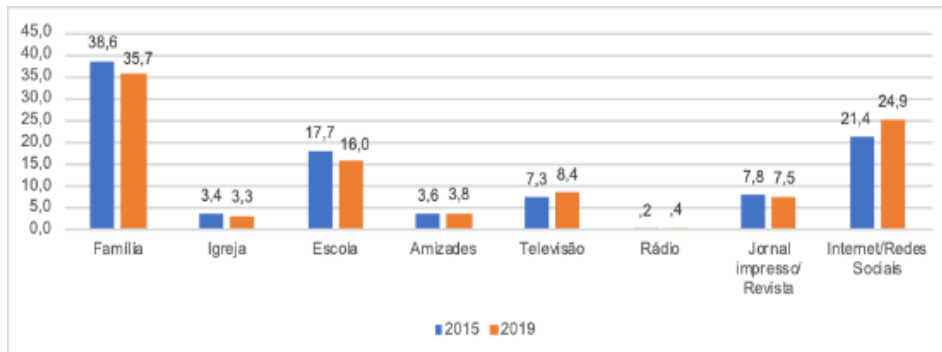
GRÁFICO 5 Na sua opinião, as redes sociais podem ser instrumentos de participação política? 2015 e 2019 (%)



Fonte: NUPESAL (2015; 2019).

n 2015= 599; n 2019= 791

GRÁFICO 6 Instituições que busca primeiro para formar uma opinião sobre a política em 2015 e 2019 (%)

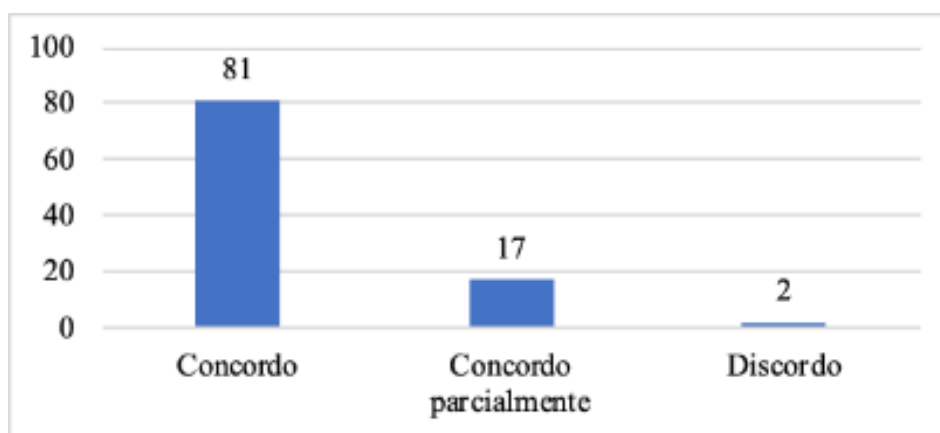


Fonte: NUPESAL (2015; 2019).

n 2015= 586; n 2019= 837

Como visto nos dados acima, 81% dos jovens entrevistados concordam que há um aumento na divulgação de *fake news*. Assim perguntamos quais canais utilizam para se informar sobre política, o quanto confiam em cada um deles e se já tiveram contato com notícias falsas em cada veículo. As respostas estão apresentadas no Gráfico 8 abaixo:

GRÁFICO 7 Você concorda que houve um aumento na divulgação de fake news no Brasil? (2019 -%)



Fonte: NUPESAL (2019).

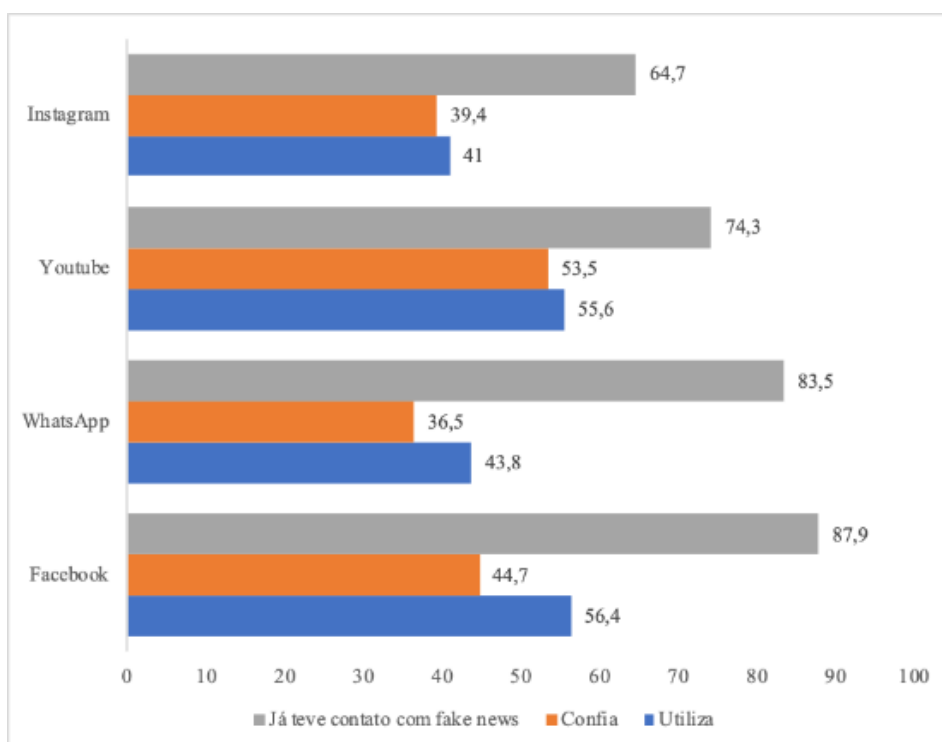
n 2019= 788

Destarte, duas questões devem ser destacadas: 1) essa questão diz respeito a informações, confiança e notícias falsas sobre política e é referente à porcentagem que respondeu que utiliza/confia/já teve contato em cada meio; 2) boa parte dos jovens (86%) utiliza a internet primariamente como forma de entretenimento, mas, mesmo que não busquem por notícias sobre política, elas estão expostas no ambiente virtual (NUPESAL, 2019).

Por ordem de utilização para se informar sobre política, o Facebook é o que teve maior adesão (56,4%), seguido pelo Youtube (55,6%) e WhatsApp (43,4%). Do ponto de vista de confiança nas informações sobre políticas nestes meios, novamente aparecem Youtube (53,5%), Facebook (44,7%) e Instagram (39,4%), respectivamente. Já, no que diz respeito ao contato frequente com notícias falsas, os três primeiros elencados são plataformas digitais: Facebook (87,9%), WhatsApp (83,5%) e Youtube (74,3%). Chama a atenção nesses dados primeiramente a alta porcentagem de jovens que indicam deparar-se com notícias falsas e, ao mesmo tempo, a incongruência entre uso e confiança nos meios, uma vez que são ambientes customizados por algoritmos, a partir dos interesses/contatos/curtidas dos próprios usuários.

Por fim, mas não menos importante, é a discussão sobre o que os jovens entendem por *fake news*, e o quanto são capazes de diferenciar fatos de opiniões e sátiras de notícias verídicas. Dentro desse escopo, perguntamos aos jovens como se comportam nas redes sociais ao se depararem com notícias sobre política, conforme demonstrado no Gráfico 9 abaixo:

GRÁFICO 8 Utilização, confiança e volume de fake news em redes sociais sobre política



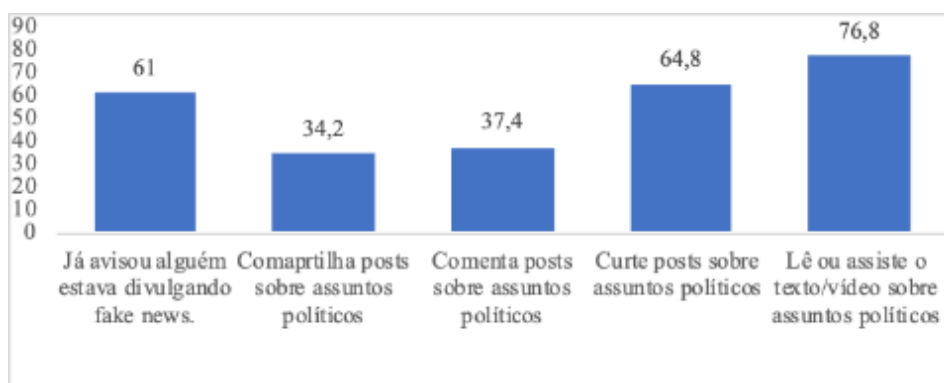
Fonte: NUPESAL (2019).

N = 799

Os dados indicam que, mesmo sem demonstrar um interesse prévio sobre o tema, 76,8% dos jovens afirmam ler e/ou assistir conteúdos postados por seus contatos nas redes sociais e 64,8% curtem posts sobre o tópico. Já repostar ou comentar os conteúdos encontram menor prática entre os internautas, embora ainda relevantes (34,2% e 37,4%). Novamente, salta à vista a porcentagem alta de jovens que declaram ter avisado contatos que estavam compartilhando notícias falsas (61%) nas redes, reafirmando o quanto a desinformação está presente e é reconhecida no ambiente informacional. Nesse ensejo, perguntamos aos jovens qual a principal motivação para pessoas compartilharem desinformação.

Conforme os dados no Gráfico 10, cerca de 70% dos jovens atribuem a desinformação a uma motivação intencional, seja 52% a de convencer as demais do seu ponto de vista ou 15% para confundir as pessoas. Apenas 29% percebem que esse fenômeno ocorre de forma não intencional, que estaria relacionado à falta de informação. Dentro da categoria “Outros” (4%), a maior parte das afirmativas indicava as três respostas anteriores ou fins políticos. Assim perguntamos

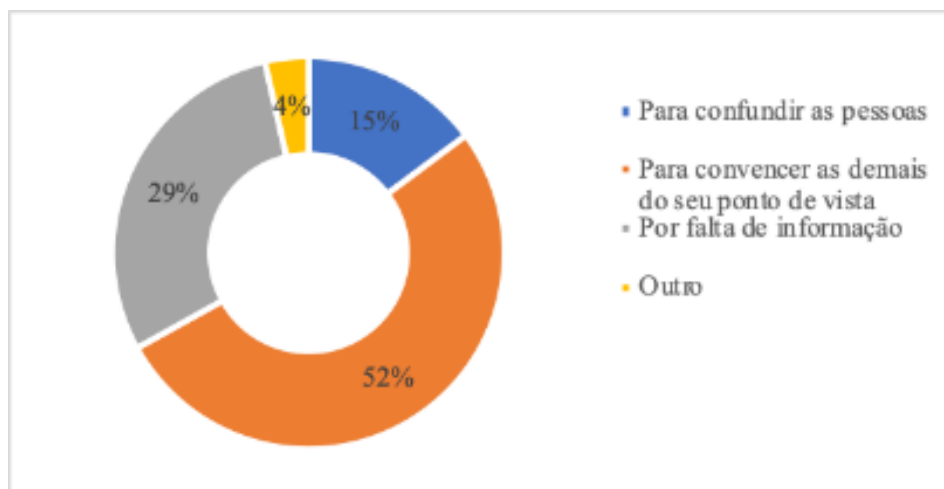
GRÁFICO 9 Comportamento e Interação com contatos nas redes sociais (%)



Fonte: NUPESAL (2019).

N = 783

GRÁFICO 10 Motivações das pessoas que compartilham desinformação, de acordo com os jovens (%)



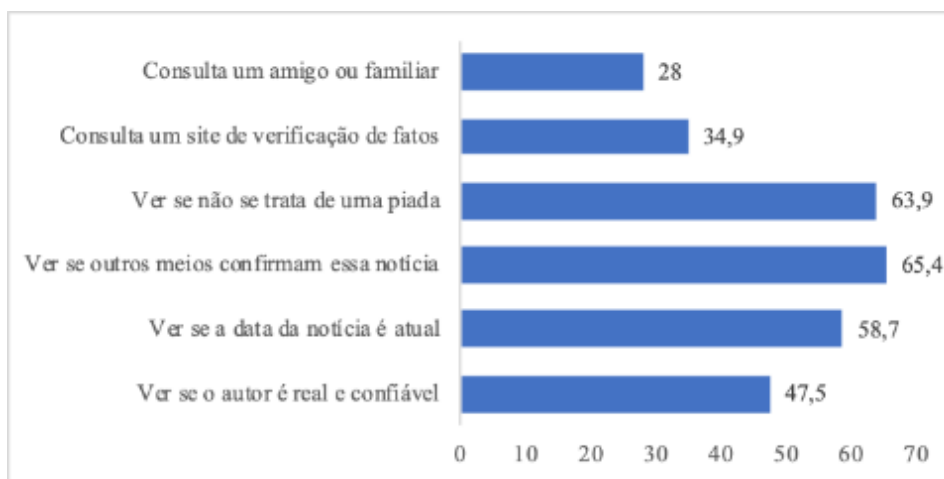
Fonte: NUPESAL (2019).

N = 839

quais ações os jovens realizam para verificar a legitimidade das notícias que recebem, conforme demonstrado no Gráfico 11, abaixo. As afirmativas foram formuladas levando em conta a conceituação de desinformação discutida nos

primeiros capítulos e também buscaram levantar a reflexão sobre as informações que são consumidas.

GRÁFICO 11 Ações que realizam para verificar se as notícias que estão recebendo são legítimas (%)



Fonte: NUPESAL (2019).

N = 844

Embora as respostas acima pareçam positivas, entendemos que há um viés de resposta nelas, na qual os estudantes buscam indicar o que consideram mais correto, sem sabermos quais procedimentos de fato se dão na prática. Por exemplo, quando questionados da seguinte forma: “Você pesquisa em outras fontes sobre as notícias de política encontradas nas redes sociais?”, apenas 31,7% afirmaram que sim, menos da metade dos 65,4% que indicaram realizar tal ação nessa bateria de perguntas, ilustradas no gráfico acima — ambos da mesma pesquisa.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo analisamos a avaliação dos jovens sobre a política brasileira, verificando se a influência da internet/redes sociais como agentes socializadores possibilitou adoção de uma cultura política crítica. Examinamos também como a juventude percebe o fenômeno das *fake news* e da pós-verdade na democracia brasileira.

Seguindo um padrão tradicional, os dados indicam que os jovens continuam a perceber e avaliar a política de forma pessimista. Uma percentagem pequena dos jovens indica sentimentos positivos (26,5% em 2019), enquanto a maioria aponta sentimentos negativos (28,3%), indiferentes (15,6%) ou ainda que não

sabem como se sentem (22,8%) — denotando afastamento do sistema político. Os níveis de desconfiança das instituições (71,4% de partidos e 66,4% do presidente) permanecem altos em comparação com a relativa estima das forças armadas (25,9%), reiterando o aspecto autoritário da cultura política brasileira. Os jovens percebem políticos como corruptos e ineficientes¹⁰ e reiteram afirmações de baixa eficácia no sistema democrático, ao passo que afirmam que participar da política não muda a realidade e que as suas famílias têm pouca influência nas decisões políticas¹¹.

Enquanto as novas mídias são mais utilizadas como fonte de informação, elas, todavia, não são vistas como fontes confiáveis. Acreditamos que parte disso está atrelado ao fenômeno da desinformação e da pós-verdade. Ao passo que os jovens, em grande parte, entendem que as redes sociais podem figurar ferramentas de participação política (mais de 90%), essas redes sociais também são a fonte de informação nas quais encontram as maiores taxas de notícias falsas sobre política. Essas informações, aliadas ao tempo em que os jovens passam conectados, reforçam a importância da educação crítica para os usos da mídia e a importância da inserção de uma educação midiática como parte do currículo escolar ou inserida transversalmente nas diferentes disciplinas da educação básica.

Em suma, a juventude percebe o aumento da desinformação e o uso disso como tática na política e não se mostra alheio às motivações intencionais por parte daqueles que disseminam notícias falsas. Um maior aprofundamento nos estudos sobre a capacidade dos jovens de identificar desinformação se mostra muito importante para pensar em formas práticas de auxiliá-los a decodificar o que são fatos e o que são opiniões dentro desse novo paradigma informacional colocado pelas redes sociais.

REFERÊNCIAS

- ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, Cambridge, MA, v. 31, n. 2, p. 211–236, 2017. Disponível em: <http://www.nber.org/papers/w23089.pdf>. Acesso em: 22 set. 2021.
- ALMOND, Gabriel; VERBA, Sidney. *The civic culture*. Princeton: Princeton University Press, 1963.

¹⁰ Vide Gráfico 2 deste paper, onde 79,4% afirma que “todos os políticos são corruptos” e “políticos prometem coisas e depois não cumprem”.

¹¹ Vide Gráfico 2, onde 73,8% afirma “Pessoas como as de minha família não têm nenhuma influência nas ações do governo”, e 53,5% “Não adianta participar de política, pois nunca muda nada”.

- BAQUERO, Marcello. Quando a instabilidade se torna estável: poliarquia, desigualdade social e cultura política na América Latina. *Revista Debates*, v. 2, n. 2, p. 48–69, 2008.
- BAQUERO, Marcello. *Democracia inercial: assimetrias entre economia e cultura política na América Latina*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2018.
- BAQUERO, Marcello; BAQUERO, Rute. Trazendo o cidadão para a arena pública: capital social e empoderamento na produção de uma democracia social na América Latina. *Redes*, v. 12, n. 1, p. 125–150, 2007. Disponível em: <http://online.unisc.br/seer/index.php/redes/article/view/101\%5Cnhttp://online.unisc.br/seer/index.php/redes/article/viewFile/101/57>. Acesso em: 21 set. 2020.
- BAQUERO, Marcello; BAQUERO, Rute Vivian Angelo; MORAIS, Jennifer Azambuja de. Socialização política e internet na construção de uma cultura política juvenil no sul do Brasil. *Educação & Sociedade*, [s. l.], v. 37, n. 137, p. 989–1008, 2017.
- BAQUERO, Marcello; BERNARDI, Ana Julia Bonzanini; MORAIS, Jennifer Azambuja De. Padrões emergentes de uma cultura política juvenil ao sul do Brasil. *E-legis*, n. 28, p. 42–63, 2016.
- BAQUERO, Marcello; GONZÁLEZ, Rodrigo Stumpf. Cultura política, mudanças econômicas e democracia inercial. Uma análise pós-eleições de 2014. *Opinião Pública*, [s. l.], v. 22, n. 3, p. 492–523, 2016.
- BERNARDI, Ana Julia Bonzanini. *Competência cívica em uma democracia desigual: analisando o impacto dos investimentos educacionais na cultura política juvenil porto-alegrense entre 2002 e 2015*. Tese (Doutorado em Ciência Política) — Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.
- BERNARDI, Ana Julia Bonzanini. *Fake News e as Eleições de 2018 no Brasil: como diminuir a desinformação?* 1. ed. Curitiba: Editora Appris, 2020.
- CARVALHO, José Murillo de. *Cidadania no Brasil*. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.
- CASTELLS, Manuel. *A Galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- COSTA, Andressa Liegi Vieira; BERNARDI, Ana Julia Bonzanini. Respostas populistas à crise do Coronavírus: análise dos twitters de Donald

- Trump e Jair Bolsonaro. *Revista Portuguesa de Ciência Política/ Portuguese Journal of Political Science*, v. 14, p. 81–103, 2020.
- CGI. Comitê Gestor da Internet no Brasil. *Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e da comunicação no Brasil*. São Paulo. Disponível em: https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20201123121817/tic_dom_2019_livro_eletronico.pdf. Acesso em: 22 maio 2020.
- DALTON, Russell J.; WELZEL, Christian. Political Culture and Value Change. In: DALTON, Russell J.; WELZEL, Christian (ed.). *The civic culture transformed: from allegiant to assertive citizens*. Nova York: Cambridge University Press, 2014.
- DATASENADO. *Redes sociais, notícias falsas e privacidade de dados na Internet*. Brasília. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/institucional/ouvidoria/publicacoes-ouvidoria/redes-sociais-noticias-falsas-e-privacidade-de-dados-na-internet>. Acesso em: 6 jun. 2021.
- DEB, Anamitra; DONOHUE, Stacy; GALISYER, Tom. Is social media a threat to democracy? In: FRONTEIRAS XXI, p. 1–21, 2017. Disponível em: <https://fronteirasxxi.pt/wp-content/uploads/2017/11/Social-Media-and-Democracy-October-5-2017.pdf>. Acesso em: 21 set. 2020.
- GALLEGO, Esther Solano. *A Bolsonarização de Brasil*: documentos de trabajo IELAT, Universidad de Alcalá, Abril 2019.
- GONZÁLEZ, Rodrigo Stumpf; MORAIS, Jennifer Azambuja de; BERNARDI, Ana Julia Bonzanini. O novo ovo da serpente: emergência de valores antidemocráticos na juventude do sul do Brasil. In: 12º ENCONTRO DA ABCP 2020, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa (PB). *Anais [...]* Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa (PB): Associação Brasileira de Ciência Política, 2020.
- HYMAN, Herbert. *Political Socialization: a study in the psychology of political behavior*. Glencoe, Illinois: The Free Press, 1959.
- JENNINGS, M. Kent; STOKER, Laura; BOWERS, Jack. Politics across generations: family transmission reexamined. *The Journal of Politics*, v. 71, n. 3, p. 782–799, July 2009.
- In: ANNUAL MEETING OF THE AMERICAN POLITICAL SCIENCE 1999, *Anais [...]*. *Journal of Politics* 71: 782–799
- MARWICK, Alice; LEWIS, Rebecca. Media manipulation and disinformation online. *Data & Society*, p. 1–104, 2017.

- MELLO, Patrícia Campos. Empresas contrataram disparos pró-Bolsonaro no WhatsApp, diz espanhol. *Folha de S. Paulo*, [on-line], 18 de junho de 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/06/empresas-contrataram-disparos-pro-bolsonaro-no-whatsapp-diz-espanhol.shtml>>. Acesso em: 19 jun. 2019.
- MORAIS, Jennifer Azambuja de. *Cultura Política e Capital Social: os efeitos do uso da internet na socialização de jovens no Sul do Brasil*. 2017. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.
- NAZZARI, Rosana K. Capital social e socialização política dos jovens no Brasil. *Educação Unisinos*, São Leopoldo, v. 9, n. 2, p. 145–154, 2015.
- NEWMAN, Nic et al. *Reuters Institute Digital News Report 2020*. 2020. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf>. Acesso: 21 maio 2021.
- NEWTON, K.; NORRIS, P. Confidence in public institutions: Faith, Culture or Performance? In: PHARR, S.; PUTNAM, R. (ed.). *Disaffected democracies: What's troubling the trilateral countries?* Princeton, NJ: Princeton University Press, 2000. Disponível em: <[https://www.scirp.org/\(S\(i43dyn45teexjx455qlt3d2q\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=653021](https://www.scirp.org/(S(i43dyn45teexjx455qlt3d2q))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=653021)>. Acesso: 20 maio 2021.
- OECD. *21st-Century Readers: Developing literacy skills in a digital world*. Paris: OECD Publishing, 2021. Disponível em: <https://www.oecd-ilibrary.org/education/21st-century-readers_a83d84cb-en>. Acesso em: 6 jun. 2021.
- OWEN, Diana. The New Media's Role in Politics. In: OPENMIND. [s. l.], 2017. Disponível em: <<https://www.bbvaopenmind.com/en/articles/the-new-media-s-role-in-politics/>>. Acesso em: 21 maio 2021.
- PATTERSON, Thomas E. *The mass media election: how Americans choose their President*. Nova York: Praeger, 2000.
- PUTNAM, Robert D. Tuning in, tuning out: the strange disappearance of social capital in America. *PS: Political Science and Politics*, [s. l.], v. 28, n. 4, p. 664, 2006.
- RECUERO, Raquel; GRUZD, Anatoliy. Cascatas de “Fake News” políticas: um estudo de caso no Twitter. *Revista Galáxia*, v. 41, 2019.
- ROCHA, Marcelo; TEIXEIRA, Matheus. Saiba o que o inquérito dos atos antidemocráticos no STF descobriu e por que a apuração empacou.

Folha de São Paulo, [online], São Paulo, 2021. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2021/06/saiba-o-que-o-inquerito-dos-atos-antidemocraticos-no-stf-descobriu-e-por-que-a-apuracao-empacou.shtml>>. Acesso em: 26 jun. 2021.

SCHMIDT, João Pedro. *Juventude e política nos anos 1990: um estudo de socialização política no Brasil*. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2000.

SILVEIRA, Angelita Fialho. 2005. *Capital Social e educação: perspectivas sobre empoderamento da juventude em Porto Alegre, RS*. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) — Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

SOHL, Sofia. *Youths' political efficacy: sources, effects and potentials for political equality*. Örebro: Örebro University, 2014.

UK HOUSE OF COMMONS. *Disinformation and "fake news": final report* published. London, 2019. Disponível em: <<https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmcumeds/1791/1791.pdf>>. Acesso em: 21 jan. 2020.

VOSOUGHI, Soroush; ROY, Deb; ARAL, Sinan. The spread of true and false news online. *Science*, v. 359, n. 6380, p. 1146–1151, 2018.

WASBURN, Philo C.; COVERT, Tawnya J. Adkins. *Making Citizens: political socialization research and beyond*. 1st ed. Palgrave Macmillan, 2017.

ZORZI, Felipe. *Cidadania Desigual: socialização política comparada em escolas públicas e privadas de Porto Alegre/RS*. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) — Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016.