A ALFABETIZAÇÃO MIDIÁTICA COMO ÁREA DE RESISTÊNCIA CRÍTICA CONTRA A DESINFORMAÇÃO IDEOLÓGICA NAS REDES SOCIAIS: UM ESTUDO QUALITATIVO SOBRE A GERAÇÃO Z

LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA COMO ÁMBITO DE RESISTENCIA CRÍTICA FRENTE A LA DESINFORMACIÓN IDEOLÓGICA EN LAS REDES SOCIALES: UN ESTUDIO CUALITATIVO SOBRE LA GENERACIÓN Z

MEDIA LITERACY EDUCATION AS A FIELD OF CRITICAL RESISTANCE AGAINST IDEOLOGICAL DISINFORMATION ON SOCIAL MEDIA: A QUALITATIVE STUDY ON GENERATION Z

Ersel KIRAZ[1]
e-mail: ersel.kiraz@btu.edu.tr

Melda Medine SUNAY[2]
e-mail: sosyologmelda@gmail.com

Önder ŞANLI[3]
e-mail: osanli@adiyaman.edu.tr

Minara ALIYEVA ÇINAR[4]
e-mail: minara@uludag.edu.tr

Hakan AYDOĞAN[5]
e-mail: aydoganh@hotmail.com

Çetin TAN[6]
e-mail: c.tan@firat.edu.tr

Como referenciar este artigo:

Kiraz, E., Sunay, M. M., Şanli, Ö., Aliyeva Çinar, M., Aydoğan, H., & Tan, Ç. A alfabetização midiática como área de resistência crítica contra a desinformação ideológica nas redes sociais: um estudo qualitativo sobre a Geração Z. *Revista on line de Política e Gestão Educacional*, *30*, e026100. https://doi.org/10.22633/rpge.v30i00.21273

| **Submetido em**: 05/07/2026
| **Revisões requeridas em**: 14/07/2026
| **Aprovado em**: 28/08/2026
| **Publicado em**: 15/09/2026

Editor: Prof. Dr. Sebastião de Souza Lemes
Editor Adjunto Executivo: Prof. Dr. José Anderson Santos Cruz

turnitin ARTICLE SUBMITTED TO THE SIMILARITY SYSTEM

[1] Bursa Technical University, Bursa – Turquia. Doutor. Departamento de Sociologia.
[2] Bursa Technical University, Bursa – Turquia. Professor Associado. Departamento de Sociologia.
[3] Adiyaman University, Adiyaman – Turquia. Professor Associado. Besni Vocational School, Departamento de Computação.
[4] Bursa Uludag University, Bursa – Turquia. Professor Associado. Departamento de Ciências Sociais e Ensino da Língua Turca.
[5] Navoi State University, Navoi – Uzbequistão. Professor Doutor.
[6] Firat University, Elazig – Turquia. Professor Associado. Departamento de Educação Física e Esportes.

(cc) BY-NC-SA

RESUMO: Este estudo qualitativo investiga como participantes da Geração Z percebem, interpretam e respondem à desinformação ideológica nas redes sociais. Adota abordagem de estudo de caso, com entrevistas semiestruturadas e em profundidade realizadas com 18 participantes selecionados por amostragem por critérios, todos usuários ativos do Facebook, X e Instagram. O estudo fundamenta-se no modelo de desordem informacional de Wardle e Derakhshan, nas abordagens de van Dijk e Eagleton sobre ideologia, na análise de Çakmak sobre desinformação ideológica e nas perspectivas de alfabetização midiática crítica de Potter e Livingstone. Os resultados indicam consciência sobre desinformação ideológica, partidarismo, perfis falsos, contas de trolls, manipulação de imagens e gestão da percepção. Contudo, as respostas são predominantemente individuais e defensivas, com pouca verificação sistemática. Conclui-se que a alfabetização midiática deve incluir avaliação de fontes, interpretação contextual, reconhecimento de enquadramentos ideológicos e compreensão dos algoritmos, fortalecendo a cidadania democrática e a participação crítica digital.

PALAVRAS-CHAVE: Estudos de Mídia. Redes sociais. Alfabetização midiática. Desinformação ideológica. Geração Z.

RESUMEN: *Este estudio cualitativo investiga cómo los participantes de la Generación Z perciben, interpretan y responden a la desinformación ideológica en las redes sociales. Se adopta un enfoque de estudio de caso basado en entrevistas semiestructuradas y en profundidad realizadas a 18 participantes seleccionados mediante muestreo por criterios, todos ellos usuarios activos de Facebook, X e Instagram. El estudio se fundamenta en el modelo de desorden informativo de Wardle y Derakhshan, en los enfoques de van Dijk y Eagleton sobre la ideología, en el análisis de Çakmak sobre la desinformación ideológica y en las perspectivas de alfabetización mediática crítica de Potter y Livingstone. Los resultados indican conciencia sobre la desinformación ideológica, el partidismo, los perfiles falsos, las cuentas de trolls, la manipulación de imágenes y la gestión de la percepción. Sin embargo, las respuestas son predominantemente individuales y defensivas, con poca verificación sistemática de la información. Se concluye que la alfabetización mediática debe incluir la evaluación de fuentes, la interpretación contextual, el reconocimiento de los marcos ideológicos y la comprensión de los algoritmos, fortaleciendo así la ciudadanía democrática y la participación crítica en entornos digitales.*

PALABRAS CLAVE: *Estudios de los Medios. Redes sociales. Alfabetización mediática. Desinformación ideológica. Generación Z.*

ABSTRACT: *This qualitative study investigates how Generation Z participants perceive, interpret, and respond to ideological disinformation on social media. It adopts a case study approach based on semi-structured, in-depth interviews with 18 participants selected through criterion sampling, all of whom are active users of Facebook, X, and Instagram. The study draws on Wardle and Derakhshan's information disorder framework, van Dijk and Eagleton's approaches to ideology, Çakmak's analysis of ideological disinformation, and Potter and Livingstone's perspectives on critical media literacy. The findings indicate awareness of ideological disinformation, partisanship, fake profiles, troll accounts, image manipulation, and perception management. However, responses are predominantly individual and defensive, with limited systematic information verification. The study concludes that media literacy should encompass source evaluation, contextual interpretation, recognition of ideological framing, and understanding of algorithms, thereby strengthening democratic citizenship and critical participation in digital environments.*

KEYWORDS: *Media Studies. Social media. Media literacy. Ideological disinformation. Generation Z.*

(cc) BY-NC-SA

INTRODUÇÃO

A proliferação das tecnologias de comunicação digital consolidou as redes sociais como um componente central da comunicação pública contemporânea. Mais do que uma mera inovação tecnológica, essa mudança representa uma transformação social mais ampla na forma como os indivíduos acessam notícias, produzem informações e participam do debate público. Essa transformação alterou fundamentalmente a maneira como a informação é produzida, circula e é legitimada nas sociedades contemporâneas.

Ao contrário da ordem tradicional da mídia, que se baseia no controle editorial, em normas éticas profissionais e na prestação de contas institucional, as redes agora facilitam o compartilhamento de conteúdo de forma rápida, horizontal e centrada no usuário. Nesse paradigma, os usuários passam de receptores passivos a atores ativos que criam, discutem e redistribuem informações. Embora isso amplie as oportunidades de participação pública, contornar os filtros editoriais gera desafios significativos em relação à precisão e à confiabilidade. Consequentemente, indivíduos sem formação jornalística ou afiliação institucional podem exercer influência substancial sobre o fluxo de informações públicas (Allcott & Gentzkow, 2017).

As redes sociais apresentam uma estrutura dual: elas democratizam o acesso e, ao mesmo tempo, dificultam a obtenção de conhecimento confiável. A enorme abundância de pontos de vista muitas vezes confunde a linha divisória entre conteúdo factual e enganoso. Além disso, os sistemas de classificação, as preferências dos usuários e as relações *on-line* transformaram a esfera pública em um ambiente com múltiplos atores. O contato com notícias não é mais espontâneo. Atualmente, ele é altamente mediado por arquiteturas digitais e laços interpessoais. À medida que a função de seleção se desloca das redações tradicionais para sistemas automatizados e círculos sociais, a exposição dos indivíduos à informação cívica torna-se profundamente dependente dessas estruturas subjacentes (Bakshy et al., 2015).

A disseminação de desinformação na internet é um fenômeno complexo e multifacetado, que abrange a produção, a recepção pelos usuários e as consequências sociopolíticas. A desinformação vai além de simples erros; envolve falsidades produzidas intencionalmente com o objetivo de enganar, operando fora das normas editoriais tradicionais (Lazer et al., 2018). No entanto, explicar isso exclusivamente por meio da intenção do produtor não consegue captar seu impacto social mais amplo. A credibilidade das *fake news* depende fortemente das orientações políticas existentes, já que os indivíduos tendem a acreditar em conteúdos que se alinham com suas afiliações — uma tendência amplificada em redes on-line

(cc) BY-NC-SA

segregadas (Allcott & Gentzkow, 2017). Com base nessas discussões, o presente estudo investiga os mecanismos técnicos e políticos que impulsionam esse fenômeno, propondo a alfabetização midiática como um importante marco para aumentar a resiliência dos usuários.

Ao considerar a dimensão da difusão, pesquisas demonstram que conteúdos fabricados (especialmente notícias políticas falsas) se espalham mais rápido, mais profundamente e de forma mais ampla do que fatos verificados (Vosoughi et al., 2018). Juntos, o engano intencional, a afinidade política e a rápida difusão em rede transformam isso em um problema multidimensional de informação pública. Esse fenômeno se alimenta tanto das predisposições dos usuários quanto da capacidade estrutural dos ambientes digitais de facilitar o compartilhamento rápido (Vosoughi et al., 2018).

O fluxo de conteúdo é moldado por uma interação complexa entre arquitetura digital, visibilidade automatizada, câmaras de eco, bolhas de filtro e exposição seletiva. Fundamentalmente, o poder de persuasão das *fake news* depende fortemente de padrões de distribuição de informação impulsionados emocionalmente. As falsidades frequentemente provocam reações fortes, como surpresa ou repulsa. Essa ressonância emocional capta a atenção e acelera a disseminação muito além de simples avaliações cognitivas de precisão (Vosoughi et al., 2018).

Como a exposição a pontos de vista opostos é limitada mais pelas escolhas individuais, pelas contas seguidas e pelas redes de amizade do que apenas por classificações automatizadas, combater essa questão requer mais do que regulamentação técnica (Bakshy et al., 2015). Em vez de tratar a alfabetização midiática meramente como uma habilidade básica de verificação de fatos, este estudo destaca sua necessidade como ferramenta para desconstruir as vulnerabilidades emocionais e políticas que tornam as *fake news* persuasivas. Ao mudar o foco da censura de cima para baixo para a avaliação crítica no nível do usuário (especificamente a capacidade de reconhecer enquadramentos manipuladores e viés estrutural), essa abordagem delineia uma contramedida mais dinâmica e eficaz para a esfera pública digital.

O restante do artigo está organizado da seguinte forma. A primeira parte do quadro conceitual define a desinformação e a distingue da informação incorreta e da informação maliciosa, com atenção especial à intencionalidade, ao contexto, à circulação e ao dano social. Em seguida, examina a ideologia e a desinformação ideológica como práticas discursivas e políticas que moldam identidades de grupo, estabelecem distinções entre “nós” e “eles” e orientam a interpretação de eventos sociais e políticos.

(cc) BY-NC-SA

As seções a seguir discutem as redes sociais como uma esfera pública digital contraditória e apresentam a alfabetização midiática como uma forma multidimensional de competência crítica. A seção Método explica, em seguida, o desenho do estudo de caso qualitativo, os critérios de seleção dos participantes e o processo de entrevistas semiestruturadas. A seção Resultados analisa os relatos dos participantes sobre partidarismo político, *trolls* e contas falsas, manipulação visual, gestão da percepção, verificação, bloqueio, denúncia e evasão do debate. Por fim, a seção de conclusão sintetiza os resultados e discute as implicações da educação em alfabetização midiática crítica para a cidadania democrática e a resistência à desinformação ideológica.

ESTRUTURA CONCEITUAL

O conceito de desinformação

A pesquisa contemporânea em comunicação define a desinformação além da mera presença de informações falsas. Ela é analisada como um distúrbio específico da informação, distinto de erros factuais comuns ou mal-entendidos, com foco em seus motivos de produção, significado contextual e consequências sociais. Fallis (2015) caracteriza a desinformação como um conteúdo intencionalmente enganoso que gera crenças falsas. Mais do que uma simples falha epistêmica, ela atua como uma prática comunicativa estratégica com impactos sociopolíticos tangíveis. Sua natureza enganosa é deliberadamente arquitetada pelo produtor ou funciona sistematicamente para atender a interesses específicos (Fallis, 2015).

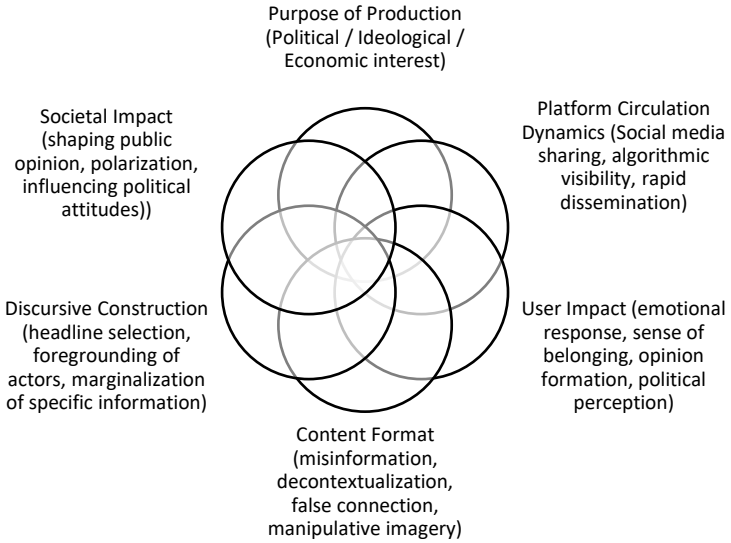
Estabelecer limites conceituais precisos requer distinguir a desinformação de fenômenos relacionados. Enquanto a desinformação envolve o compartilhamento de conteúdo falso sem intenção maliciosa, a desinformação é a criação e distribuição deliberadas de falsidades para enganar ou causar dano. Por outro lado, a desinformação maliciosa transforma fatos genuínos em armas, descontextualizando-os ou divulgando-os estrategicamente para fins maliciosos. Essas distinções destacam a heterogeneidade dos distúrbios informacionais on-line, demonstrando que uma análise rigorosa deve levar em conta variáveis como intencionalidade, contexto e dano potencial (Wardle & Derakhshan, 2017).

Fundamentalmente, a desinformação opera tanto no plano discursivo quanto no factual (Figura 1). Çakmak (2019) ilustra como a propriedade da mídia, os laços econômicos e as afiliações políticas impedem uma cobertura jornalística totalmente neutra, transformando o discurso jornalístico em uma arena para a construção de significados ideológicos. Assim, a

(cc) BY-NC-SA

desinformação ideológica vai além das invenções explícitas. Ela se manifesta por meio de manchetes seletivas, atores destacados, detalhes omitidos e escolhas lexicais específicas que legitimam certas narrativas. Em última análise, ela funciona como uma prática discursiva direcionada, projetada para orientar a percepção política do leitor na direção desejada (Çakmak, 2019).

Figura 1.
O processo de produção, circulação e impacto da desinformação nas redes sociais



Nota. Elaborada pelos autores com base em Fallis (2015), Wardle e Derakhshan (2017) e Çakmak (2019).

Nos ambientes das redes sociais, o impacto da desinformação é ampliado pelo compartilhamento acelerado e não verificado de conteúdo. É fundamental ressaltar que essa circulação raramente é aleatória. O conteúdo falso é frequentemente elaborado para atender a objetivos políticos, econômicos ou ideológicos específicos, utilizando gatilhos emocionais e identidade de grupo para maximizar o engajamento. Portanto, a desinformação on-line funciona não apenas como um compartilhamento impreciso, mas como uma estratégia comunicativa calculada, projetada para manipular a opinião pública e moldar atitudes políticas.

Enfatizando a intencionalidade, Fallis (2015) argumenta que a desinformação deriva seu significado principalmente de seu propósito enganoso, e não da mera imprecisão factual. Enquadrando a questão de forma mais ampla, Wardle e Derakhshan (2017) conceituam isso dentro de um espectro de desordem informacional. Eles observam que conteúdos enganosos ganham repercussão pública por meio da descontextualização, de recursos visuais manipulados, de conexões falsas e de narrativas que ressoam emocionalmente. Consequentemente,

(cc) BY-NC-SA

discrepâncias entre manchetes e textos, documentos forjados e narrativas afetivas promovem um ambiente em que campanhas enganosas se espalham com velocidade e persuasão excepcionais.

Afinal, analisar a desinformação estritamente a partir de uma dicotomia entre verdadeiro e falso é inadequado. Uma compreensão abrangente exige o exame das motivações subjacentes, dos contextos dissociados, dos agentes responsáveis pela disseminação, dos mecanismos de visibilidade e dos públicos-alvo. A desinformação prospera precisamente na interseção entre os mecanismos de distribuição digital e a orientação ideológica. Assim, qualquer análise rigorosa deve ir além da avaliação do conteúdo e considerar, simultaneamente, a intenção, o contexto, as dinâmicas de circulação e os impactos sociopolíticos.

Ideologia e desinformação ideológica

Em termos gerais, a ideologia refere-se às crenças, valores e estruturas interpretativas por meio das quais indivíduos e grupos sociais dão sentido ao mundo e organizam as relações de identidade e poder (Eagleton, 1991; van Dijk, 1998). Em vez de constituírem um conjunto restrito de preferências políticas, as ideologias formam os fundamentos cognitivos e sociais das representações de grupo, organizam identidades coletivas e contribuem para a construção de distinções entre "nós" e "eles" (van Dijk, 1998).

Essa dinâmica torna-se evidente quando o conteúdo é estrategicamente organizado para atender a objetivos sociopolíticos. Eagleton (1991) argumenta que a ideologia está intrinsecamente ligada às relações de poder, operando por meio da naturalização de valores específicos, ao mesmo tempo em que torna invisíveis interpretações alternativas. Consequentemente, a desinformação ideológica não é meramente a produção de falsidades; é uma estratégia comunicativa seletiva destinada a reforçar uma visão de mundo dominante e desacreditar posições opostas (Eagleton, 1991).

Esse enquadramento estratégico se alinha estreitamente à propaganda, que Jowett e O'Donnell (2006) definem como um esforço sistemático para moldar percepções e direcionar comportamentos em direção a objetivos específicos. Assim, a desinformação ideológica vai além das simples "*fake news*". Ela busca ativamente deslegitimar pontos de vista opostos, solidificar a lealdade ao próprio grupo e orientar as atitudes do público. Para alcançar isso, o conteúdo manipulador depende fortemente de uma linguagem tendenciosa e emocionalmente polarizadora, que descontextualiza ou distorce totalmente as realidades factuais (Tabela 1) (Jowett & O'Donnell, 2006).

(cc) BY-NC-SA

Tabela 1.
Dimensões fundamentais da desinformação ideológica

Dimensão	Explicação	Relação com a desinformação
Construção de significado ideológico	O processo pelo qual indivíduos e grupos sociais interpretam o mundo por meio de crenças, valores e marcos interpretativos.	Ela determina quais formas de informação são consideradas verdadeiras, legítimas, ameaçadoras ou sem valor.
Identidade de grupo	A construção do sentimento de pertencimento a um grupo por meio da distinção entre "nós" e "eles".	Conteúdos falsos ou enganosos podem fortalecer a lealdade ao próprio grupo, ao mesmo tempo em que aumentam a desconfiança em relação aos grupos adversários.
Seleção e organização da informação	A ênfase, a omissão ou a descontextualização de informações, de acordo com objetivos políticos ou sociais específicos.	A desinformação atua não apenas por meio da produção de informações falsas, mas também por meio da organização estratégica da informação.
Lógica da propaganda	A tentativa de moldar percepções, direcionar a cognição e orientar o comportamento em direção a um objetivo específico.	A desinformação ideológica utiliza uma linguagem tendenciosa, seletiva e carregada de emoção para orientar o público-alvo em direção a uma atitude específica.
Consequências sociais	A manipulação de opiniões políticas, o estreitamento do debate público e o aprofundamento da polarização.	A informação falsa deixa de ser meramente um problema informativo e se torna uma ferramenta que corrói a cultura deliberativa democrática.

Nota. Elaborado pelos autores com base em van Dijk (1998), Eagleton (1991) e Jowett e O'Donnell (2006).

Nesse contexto, a desinformação ideológica ocorre quando conteúdos enganosos são utilizados como arma dentro de um sistema de crenças específico. Sua eficácia depende fortemente da tendência dos usuários de aceitar acriticamente narrativas que se alinham com suas afiliações sociopolíticas. Consequentemente, as falsidades digitais vão além de simples erros informativos, atuando, ao contrário, como catalisadores que consolidam identidades grupais, fomentam a desconfiança mútua e restringem severamente o debate público.

Em última análise, a principal ameaça desse fenômeno é sua capacidade de gerar consequências sociopolíticas tangíveis. Longe de se limitar ao domínio digital, ele aprofunda ativamente a polarização social e corrói a deliberação democrática. Portanto, a desinformação ideológica deve ser analisada simultaneamente como uma desordem informacional e como uma ferramenta deliberada de orientação política. A questão central não é simplesmente que as invenções circulem, mas que elas se tornem normalizadas e legitimadas dentro de universos culturais específicos (Eagleton, 1991; van Dijk, 1998).

(cc) BY-NC-SA

Redes sociais e a esfera pública digital

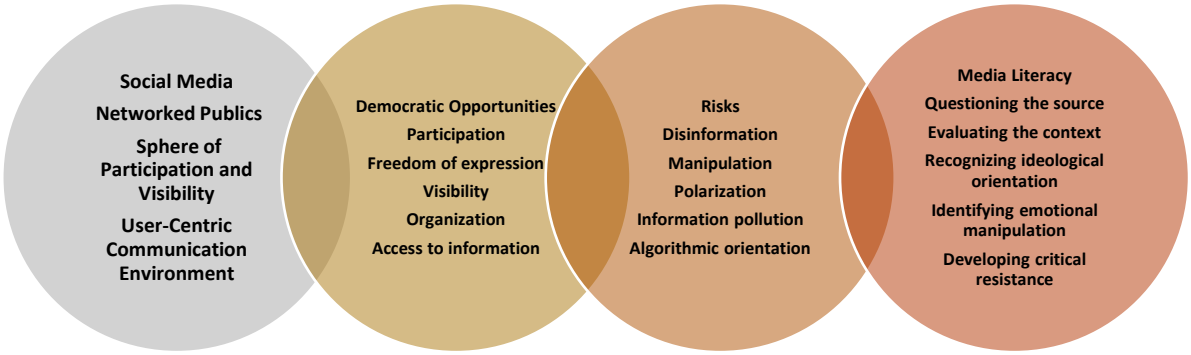
As redes sociais alteram fundamentalmente a comunicação pública, transformando consumidores passivos em produtores ativos no âmbito dos "públicos em rede". Embora recursos técnicos como a replicabilidade e a escalabilidade aumentem a visibilidade e a expressão, eles, ao mesmo tempo, aceleram a disseminação de conteúdo manipulador (Boyd, 2010). Consequentemente, a internet facilita o engajamento político, mas fica aquém de constituir uma esfera pública habermasiana ideal. Marcadas por desigualdades de acesso, comunidades fragmentadas e interações superficiais, as redes digitais não funcionam como espaços de deliberação racional, mas como arenas complexas onde identidades concorrentes e relações de poder se chocam (Papacharissi, 2002).

A arquitetura das plataformas complica ainda mais essa dinâmica. Os canais de mídia social não são neutros; sua lógica subjacente (impulsionada pela programabilidade, popularidade, conectividade e dataficação) dita diretamente a visibilidade do conteúdo e a definição da agenda. Como os algoritmos priorizam estruturalmente postagens altamente engajadoras e emocionalmente polarizadoras, a desinformação ideológica frequentemente ganha força desproporcional, exercendo assim influência substancial sobre a percepção pública (van Dijck & Poell, 2013).

Em última análise, o caráter democrático dessas plataformas continua sendo altamente contestado. Embora elas, inegavelmente, promovam a participação cívica, esse potencial é severamente limitado por imperativos comerciais, intervenção política e fluxos rápidos de informação. Em vez de um ambiente deliberativo igualitário, as redes sociais funcionam como um campo profundamente contraditório de publicidade digital — que, ao mesmo tempo, possibilita o debate público e agrava a grave poluição informacional (Figura 2) (Dursun & Yıldız, 2022).

(cc) BY-NC-SA

Figura 2.
A estrutura contraditória da esfera pública digital nas redes sociais



Nota. Elaborada pelos autores com base em boyd (2010), Papacharissi (2002), van Dijck e Poell (2013) e Dursun e Yıldız (2022).

A arquitetura comunicativa das redes sociais promove, ao mesmo tempo, a participação política e amplifica os riscos de manipulação. Desprovido do controle editorial tradicional, o conteúdo digital é impulsionado por diversos atores (incluindo contas anônimas e redes de bots), muitas vezes sacrificando a precisão em prol da rápida divulgação. Consequentemente, essas plataformas funcionam não apenas como canais de informação, mas como arenas onde os fatos são ativamente reinterpretados por meio de lentes ideológicas.

O perigo dessa desinformação vai muito além da imprecisão factual. Ela transforma a representação em arma para acirrar a dicotomia "nós" contra "eles", frequentemente enquadrando pontos de vista opostos não como alternativas legítimas, mas como desvios morais ou ameaças existenciais. Assim, as falsidades on-line distorcem fundamentalmente a forma como os grupos sociais se percebem e se posicionam uns em relação aos outros.

Proteger a esfera pública digital, portanto, requer mais do que uma regulamentação das plataformas imposta de cima para baixo. A alfabetização midiática deve evoluir além da simples verificação de fatos para se tornar uma estrutura abrangente de resistência crítica. Essa abordagem capacita os usuários a desconstruir ativamente as manipulações emocionais, os enquadramentos discursivos e as relações de poder subjacentes que impulsionam a circulação de falsidades digitais (Papacharissi, 2002; van Dijck & Poell, 2013).

Alfabetização midiática

A alfabetização midiática vai muito além do acesso técnico; trata-se de uma competência multidimensional que abrange a análise, a avaliação e a produção consciente de

(cc) BY-NC-SA

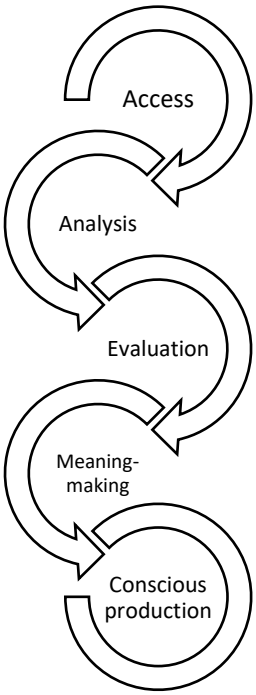
mensagens. Esse conjunto de habilidades transforma fundamentalmente o papel do usuário, que passa de um receptor passivo para um sujeito ativo e crítico. Os formatos superficiais (sejam notícias, anúncios ou postagens pessoais) derivam seu verdadeiro significado das relações de produção subjacentes, dos códigos simbólicos e do enquadramento ideológico. Consequentemente, a avaliação crítica exige a desconstrução de como e por que essas mensagens são divulgadas. Como argumenta Potter (2010), essa consciência dinâmica capacita os indivíduos a exercer maior controle sobre as influências da mídia, desenvolvendo-se continuamente por meio do raciocínio analítico e abstrato.

Em ambientes digitais, a necessidade dessa competência é amplificada pela rápida disseminação da desinformação. Embora a abundância de informações ofereça conteúdo diversificado, ela simultaneamente expõe os usuários a narrativas tendenciosas e manipuladoras. O desafio central hoje não é mais acessar informações, mas avaliar rigorosamente sua qualidade.

Portanto, a alfabetização midiática funciona como um mecanismo vital de resistência contra a desinformação ideológica. Campanhas enganosas raramente se baseiam apenas em falsidades explícitas; elas exploram imagens selecionadas, retórica descontextualizada e gatilhos emocionais amplificados pela visibilidade algorítmica. Como essas táticas influenciam profundamente a identidade política e o sentimento de pertencimento a um grupo, cultivar uma distância crítica (questionando a fonte, o contexto e os motivos de uma mensagem antes de compartilhá-la) é essencial para neutralizar seu impacto.

(cc) BY-NC-SA

Figura 3.
Elementos fundamentais da alfabetização midiática



Nota. Elaborada pelos autores com base em Potter (2010), Livingstone (2004) e Kurt e Kürüm (2010).

Livingstone (2004) afirma que a avaliação é a pedra angular da alfabetização midiática. Em meio à abundância de informações on-line, os usuários frequentemente têm dificuldade em identificar fontes tendenciosas ou exploradoras, tornando a avaliação crítica dos contextos sociais e históricos essencial para a tomada de decisões informadas (Livingstone, 2004). Da mesma forma, pesquisas realizadas na Turquia associam estreitamente essa competência ao pensamento crítico. Kurt e Kürüm (2010) observam que indivíduos com alfabetização midiática cruzam ativamente informações de fontes alternativas, reconhecendo que todas as mensagens são inerentemente moldadas por estruturas econômicas, políticas e estéticas específicas.

Em última análise, essa alfabetização transcende o consumo básico de conteúdo. Ela funciona como uma consciência crítica que desconstrui as relações de produção, os preconceitos ideológicos e as técnicas manipuladoras incorporadas às narrativas digitais. Considerando que a visibilidade on-line é fortemente ditada por prioridades algorítmicas, afiliações pessoais e interesses comerciais, fomentar esse conjunto de habilidades analíticas continua sendo fundamental para salvaguardar a integridade da deliberação democrática.

(cc) BY-NC-SA

MÉTODO

Este estudo emprega um desenho de estudo de caso qualitativo para explorar como a Geração Z percebe, interpreta e reage à desinformação digital. A pesquisa qualitativa é particularmente adequada quando o objetivo é compreender como os indivíduos interpretam suas experiências, constroem significados e descrevem processos sociais dentro de seus contextos específicos (Creswell & Poth, 2018). Um estudo de caso permite a investigação aprofundada de um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando as fronteiras entre o fenômeno e seu contexto não são claramente separáveis (Yin, 2018). Na presente pesquisa, o caso abrange as experiências e as práticas de resposta dos usuários da Geração Z nas redes sociais que se deparam com desinformação motivada ideologicamente.

A Geração Z refere-se, em geral, à coorte geracional que se segue à Geração Y, cujos anos de formação coincidiram com a ampla normalização de dispositivos conectados à internet, comunicação móvel e redes sociais. Embora os limites precisos das coortes geracionais variem na literatura, Seemiller e Grace (2019) definem a Geração Z como indivíduos nascidos entre 1995 e 2010. No presente estudo, a Geração Z foi definida operacionalmente de forma mais restrita como indivíduos nascidos entre 1999 e 2010, de acordo com os critérios de seleção dos participantes. Essa definição operacional foi adotada para estabelecer um limite claro e específico no tempo para a seleção dos participantes.

Os participantes foram selecionados por meio de amostragem intencional baseada em critérios. A amostragem por critérios é uma estratégia de amostragem intencional na qual os casos são selecionados por atenderem a condições pré-determinadas que são diretamente relevantes para o objetivo e as questões de pesquisa do estudo (Patton, 2015). Essa estratégia permite identificar participantes ricos em informações que tenham experiência direta com o fenômeno em investigação. No presente estudo, os critérios de inclusão exigiam que os participantes fossem membros da Geração Z, tivessem nascido entre 1999 e 2010, usassem ativamente o Facebook, o X e o Instagram e passassem no mínimo duas horas por dia nessas plataformas. O grupo final de participantes consistiu em 18 indivíduos que atenderam a todos os critérios pré-determinados. Esse tamanho de amostra deliberadamente focado se alinha diretamente ao objetivo qualitativo de alcançar uma profundidade analítica significativa, em vez de uma ampla generalização estatística.

Os dados foram coletados por meio de entrevistas semiestruturadas e aprofundadas. Essa técnica de perguntas abertas foi utilizada para captar as práticas de avaliação crítica e as

(cc) BY-NC-SA

respostas emocionais dos participantes em suas próprias palavras, contornando as limitações de um questionário rígido e de respostas fechadas. Ao proporcionar flexibilidade metodológica para explorar temas emergentes, essa abordagem mapeia de forma eficaz as estratégias de avaliação complexas e individualizadas que esses usuários empregam ao se depararem com conteúdo fabricado. O formulário de entrevista semiestruturada consistia em perguntas abertas, elaboradas para permitir que os participantes descrevessem, com suas próprias palavras, como se deparam com, avaliam e respondem à desinformação motivada ideologicamente nas redes sociais. Perguntas complementares foram utilizadas quando necessário para esclarecer as respostas dos participantes e explorar temas emergentes com maior profundidade.

RESULTADOS

Esta seção investiga como os usuários da Geração Z percebem, avaliam e lidam com a desinformação motivada ideologicamente, divulgada por grupos opostos. A análise se concentra especificamente em saber se os jovens usuários reconhecem esses esforços orquestrados e quais precauções adotam contra eles.

Diferentemente de informações falsas em geral, a desinformação envolve a distribuição estratégica de conteúdo fabricado com o objetivo de manipular a opinião pública. Essa prática deliberadamente enganosa tem suas raízes conceituais no termo soviético dezinformatsiya, da década de 1920, e nas campanhas subsequentes da Guerra Fria (McNamara, 2019).

As entrevistas revelam uma forte consciência dos participantes em relação à manipulação digital organizada. Por exemplo, K6 enfatiza que facções políticas frequentemente utilizam contas falsas para divulgar conteúdo enganoso:

> *Tenho certeza de que essas pessoas existem. Acho que elas costumam compartilhar postagens nas redes sociais por meio de perfis falsos, como os trolls. Quando me deparo com uma postagem desse tipo, não entro em discussão, mas denuncio a pessoa e a postagem. Algumas dessas postagens parecem ter sido criadas com habilidade, usando programas de manipulação de imagens, como o Photoshop. Por isso, acredito que possa haver várias pessoas ou instituições de propaganda por trás delas.* (K6)

Como destaca o K6, os *trolls* são fundamentais para acelerar a visibilidade das *fake news*. Esses atores perturbam intencionalmente os ambientes digitais ao publicar conteúdo provocativo, projetado para desencadear reações emocionais, criar controvérsias e, em última

(cc) BY-NC-SA

instância, minar o discurso civilizado. Em vez de se envolverem em um debate genuíno, eles atuam como uma força social negativa, empregando hostilidade e, às vezes, utilizando dados factuais como arma para iniciar polêmicas destrutivas.

Outros participantes corroboram esse reconhecimento de um engano estratégico e motivado por questões de identidade. K3, por exemplo, descreve como facções políticas fabricam notícias para elevar artificialmente sua própria posição enquanto degradam os oponentes:

> *Em outras palavras, vemos esses grupos produzindo notícias falsas ao retratar os partidos que apoiam como superiores e ao degradar os demais. Como costumo pesquisar as coisas, muitas vezes consigo perceber que essas notícias são falsas.* (K3)

O participante K8 identifica a estratégia central desses conflitos ideológicos como a gestão da percepção, enfatizando que crenças manipuladas muitas vezes se sobrepõem à verdade factual:

> *A primeira coisa que me vem à mente é o problema dos grupos políticos que estão acertando contas entre si. Essa situação é ideológica. Em outras palavras, as ideologias estão em conflito. Eles tentam humilhar uns aos outros por meio de mentiras e fake news, mas não consigo compreender totalmente os acontecimentos porque não acompanhei de perto o que ocorreu anteriormente. Eles também utilizam a psicologia aqui — a retórica —, apresentando o que aconteceu sob um ângulo diferente; em outras palavras, isso provavelmente é feito por meio da percepção. Eles gerenciam as percepções. Como você sabe, não é importante que algo seja verdade, mas é muito importante que seja percebido como verdade. É claro que não hesito em dizer o que sei ser verdade, mas se a pessoa à minha frente insiste em não entender, não me canso nem desgasto meu ânimo demais; eu a bloqueio ou deixo de segui-la.* (K8)

Da mesma forma, K9 observa que esses atores se esforçam ativamente para manipular o foco do público:

> *Eles definitivamente existem. Como eu disse, isso se torna mais visível especialmente nas notícias políticas. Vemos uma disputa entre grupos opostos por meio de tentativas de mudar nossas percepções e nos fazer olhar em uma determinada direção.* (K9)

(cc) BY-NC-SA

Essas observações se alinham com a caracterização de O'Neill (1989) da gestão da percepção como um instrumento econômico de *soft power*. Em vez de recorrer ao engano explícito, esse processo sistemático constrói gradualmente uma percepção alvo para influenciar a tomada de decisões (O'Neill, 1989). Consequentemente, definir um objetivo estratégico continua sendo a primeira etapa crítica desses ataques informacionais (Callamari & Reveron, 2003).

K10 destaca como as ferramentas digitais modernas facilitam essas campanhas:

> *Sim, com certeza acho que sim. Hoje em dia, essas coisas podem ser feitas com muita facilidade. Elas podem distorcer os fatos facilmente. Sim, consigo reconhecê-las. Consigo fazer essa distinção avaliando a probabilidade de algo ser possível. Ainda não desenvolvi nenhuma precaução contra essas fontes. Sim, eu deixaria de segui-las. Ainda não voltei para fazer essa denúncia. Não me envolvo em debates. Não, também não houve nenhuma situação que exigisse restrições.* (K10)

De fato, as tecnologias contemporâneas permitem que atores com habilidades técnicas mínimas criem *sites* de forma convincente, manipulem recursos visuais e disseminem propaganda globalmente — uma vulnerabilidade que ameaça a integridade de ecossistemas de informação mais amplos, incluindo acervos de bibliotecas institucionais (Fallis, 2015).

O K11 emprega uma técnica de verificação comparativa, observando como facções opostas polarizam radicalmente temas idênticos, e opta por relatar em vez de se envolver:

> *Sim, eu sei. Algumas das postagens com a tag tecnologia que mencionei na minha resposta anterior também são notícias criadas deliberadamente para influenciar e enganar um determinado segmento. Minha própria técnica para distingui-las costuma ser esta: se uma notícia elogia um determinado aspecto de um lado, então outro grupo do lado oposto tenta destruir completamente esse mesmo aspecto. Não considero as notícias vindas de nenhum dos lados como uma fonte confiável e não mudo minhas opiniões com base nessas notícias. Não expresso opinião, mas denuncio postagens que não têm relação com o assunto à seção de suporte da plataforma social que utilizo.* (K11)

K12 atribui esse comportamento comunicativo diretamente ao partidarismo, observando que as *fake news* servem principalmente para consolidar apoiadores:

(cc) BY-NC-SA

> *É claro que acho que elas existem, e tento não dar atenção a nenhum dos lados. Porque sei muito bem que eles criam uma notícia para usá-la em seu próprio benefício e angariar apoiadores para si mesmos. Não respondo nem denuncio que é falso. Não me canso entrando em discussões.* (K12)

Essa dinâmica ilustra como os ambientes digitais agravam a polarização. Ao se isolarem em câmaras de eco, os indivíduos reforçam suas ideologias já existentes, endurecendo perspectivas negativas em relação a grupos externos e priorizando o viés de confirmação em detrimento da realidade objetiva (Talisse, 2019).

Reconhecendo a futilidade de debater com partidários intransigentes, K13 rompe ativamente os laços com redes radicalizadas:

> *Eles fazem isso relacionando o que as pessoas dizem e fazem a diferentes aspectos. Sempre os encaro de forma crítica; nunca me torno intolerante. Corto meu relacionamento com esses grupos fanáticos. Não entro em debates porque essas pessoas já tomaram suas decisões, estabeleceram para si mesmas o objetivo de divulgar essa ideia e apresentá-la dessa forma; é impossível dissuadi-las.* (K13)

Da mesma forma, K14 destaca a natureza socialmente corrosiva desses conflitos, que McCarty (2019) explica por meio da "restrição de crenças" — a tendência dos eleitores de adotarem posições rigidamente consistentes e polarizadas:

> *Acho que existem pessoas que produzem essas notícias falsas, mas, na minha opinião, essa ideologia é errada; é errado tentar deliberadamente fazer as pessoas acreditarem em algo. Já perdemos muito por causa de conflitos ideológicos até agora. Sou a favor de não seguir essas pessoas ou comunidades.* (K14)

O participante K15 reforça essa postura defensiva ao deixar de seguir imediatamente canais manipuladores:

> *Acho que eles existem. Muitas vezes deixei de seguir canais que tentam divulgar sua própria ideologia, ou, se vejo que uma página compartilhou uma notícia que considero falsa, e se isso foi feito deliberadamente, deixo de segui-la imediatamente.* (K15)

(cc) BY-NC-SA

Em última análise, os usuários da Geração Z demonstram uma clara consciência sobre a desinformação digital. Eles compreendem instintivamente as complexas conexões entre o partidarismo extremo, a manipulação da percepção e o uso tático de *fake news*.

RESULTADOS

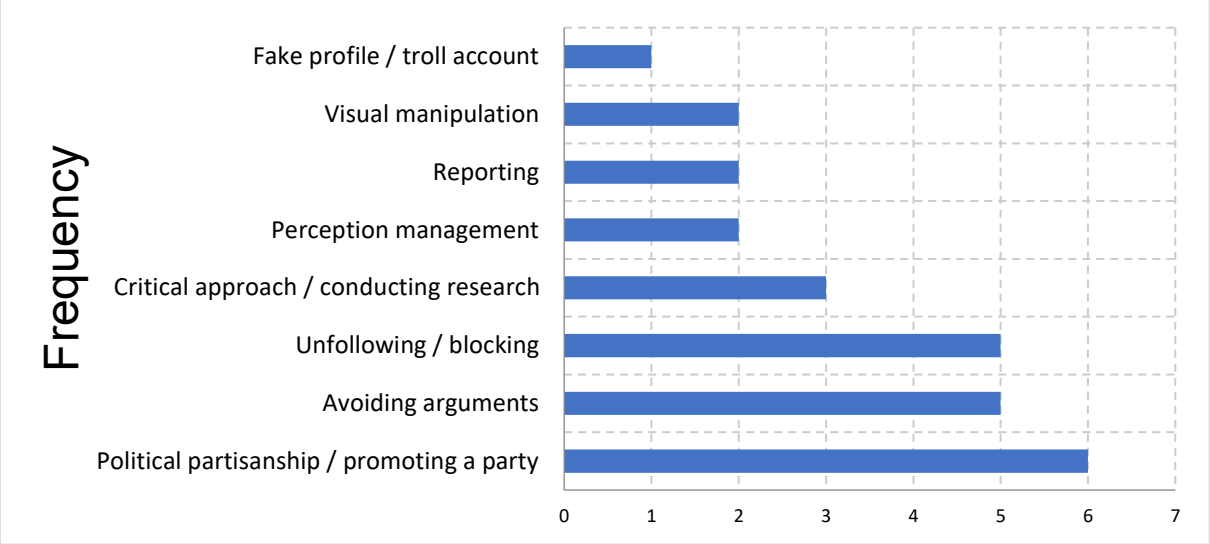
Este estudo demonstra que a desinformação ideológica transcende a mera imprecisão factual, funcionando, ao contrário, como um problema multidimensional na interseção entre identidade, emoção, visibilidade algorítmica e comportamento do usuário. Consequentemente, as falsidades digitais devem ser analisadas além dos erros cognitivos individuais, reconhecendo seu papel mais amplo na formação da opinião pública e na exacerbação da polarização social. Para abordar essa questão, a pesquisa investigou os mecanismos que impulsionam essa disseminação, ao mesmo tempo em que posicionou a alfabetização midiática como um marco essencial para a resistência. Ao examinar os motivos, os modos de circulação e a recepção das *fake news*, a análise confirma que o conteúdo manipulador depende fortemente de recursos visuais emotivos e de um discurso tendencioso, destacando uma lógica afetiva distinta, além de seu impacto cognitivo.

Para captar essa estrutura multifacetada, o estudo empregou um projeto de estudo de caso qualitativo com foco na Geração Z. Por meio de amostragem intencional baseada em critérios, foram coletados dados de 18 usuários ativos (nascidos entre 1999 e 2010) que passam pelo menos duas horas por dia nas principais redes sociais. Evitando generalizações quantitativas, essa abordagem priorizou *insights* ricos e contextuais sobre como o público jovem interpreta e lida com a poluição da informação digital.

Os resultados indicam uma forte conscientização entre a Geração Z em relação à manipulação orquestrada. Os participantes identificaram consistentemente o partidarismo extremo, as redes de *trolls*, os perfis falsos e as táticas de manipulação da percepção como os principais fatores por trás das *fake news* de motivação política. Em última análise, esse grupo demográfico não consome conteúdo on-line de forma incondicional; ao contrário, demonstra uma capacidade crítica de reconhecer as ligações inerentes entre o viés político e a produção deliberada de desinformação (Figura 4).

(cc) BY-NC-SA

Figura 4.
Distribuição dos principais temas de desinformação ideológica nas manifestações dos participantes



Nota. Elaborada pelos autores com base nos dados das entrevistas.

Apesar dessa consciência, as medidas tomadas pelos participantes raramente refletem uma prática sistemática de alfabetização midiática. Embora alguns denunciem, bloqueiem ou verifiquem ativamente conteúdos suspeitos, muitos ignoram a verificação rigorosa dos fatos, confiando, em vez disso, no julgamento intuitivo ou simplesmente evitando o conteúdo. Isso sugere que, embora a Geração Z não esteja totalmente indefesa contra a manipulação digital, seu ceticismo inato deve ser fortalecido por meio de uma educação estruturada e crítica em alfabetização midiática.

Fundamentalmente, o estudo revela que as falsidades digitais exploram intensamente as afiliações políticas já existentes dos usuários. *Fake news* circulam frequentemente não apenas como dados imprecisos, mas como uma estratégia representacional deliberada, projetada para elevar facções específicas, desacreditar oponentes e solidificar a lealdade dentro do grupo. Ao acentuar as dicotomias entre "nós" e "eles", essas campanhas aprofundam ativamente a polarização social. Consequentemente, embora as redes sociais mantenham o potencial para a deliberação democrática, elas operam fundamentalmente como uma esfera pública contraditória que reproduz e amplifica continuamente as divisões ideológicas.

Tabela 2.
Temas de desinformação ideológica segundo as opiniões dos participantes

Tema	**Participantes relevantes**	**Significado dos resultados**
Conscientização sobre perfis falsos / contas de *trolls*	K6	Percebe-se que as *fake news* se espalham por meio de contas falsas e *trolls*.

(cc) BY-NC-SA

Partidarismo político / glorificação de partidos políticos	K3, K8, K9, K12, K14, K15	Relata-se que as *fake news* são utilizadas para apoiar determinadas visões políticas ou desacreditar visões opostas.
Gestão da percepção	K8, K9	Destaca-se que a desinformação tem como objetivo orientar as percepções políticas dos usuários.
Manipulação visual / Photoshop	K6, K10	Afirma-se que o conteúdo visual é distorcido ou manipulado.
Abordagem crítica / realização de pesquisas	K3, K11, K13	Alguns participantes afirmam que questionam o conteúdo e não o aceitam diretamente.
Deixar de seguir / bloquear	K8, K12, K13, K14, K15	Os participantes tendem a cortar laços com fontes de desinformação ideológica.
Denunciar	K6, K11	Alguns participantes afirmam que denunciam conteúdos problemáticos à plataforma.
Evitar debates	K6, K8, K10, K12, K13	Os participantes, em sua maioria, preferem se manter afastados de debates ideológicos.

Nota. Elaborada pelos autores com base nos dados das entrevistas.

Além disso, a influência da desinformação on-line vai além da mera imprecisão factual. O conteúdo manipulador ganha força ao explorar gatilhos emocionais (como medo, raiva ou sentimento de pertencimento) e ao aproveitar a visibilidade algorítmica, redes de *trolls* e imagens cuidadosamente selecionadas. Como seu poder de persuasão depende fortemente de identidades políticas e afiliações a grupos, as contraestratégias devem abordar esses mecanismos afetivos, em vez de simplesmente corrigir fatos. Consequentemente, a alfabetização midiática abrangente surge como a defesa mais eficaz. Essa competência transcende o acesso digital básico, funcionando como uma estrutura de resistência crítica que capacita os usuários a desconstruir orientações ideológicas, avaliar motivos e reconhecer manipulações sofisticadas.

Portanto, a educação em alfabetização midiática deve evoluir para além das técnicas padrão de verificação, como a checagem de fontes. Embora seja necessário identificar imagens falsas ou incompatibilidades contextuais, os usuários também devem aprender a decodificar o enquadramento discursivo, a linguagem tendenciosa e a priorização algorítmica. Para neutralizar efetivamente os apelos direcionados à identidade, esse treinamento deve estar profundamente entrelaçado com o pensamento crítico, a ética digital e a consciência cívica democrática.

Os resultados confirmam que, embora a Geração Z identifique com precisão as *fake news* de motivação política — citando frequentemente o partidarismo extremo, os *trolls* e a manipulação da percepção —, essa consciência raramente se traduz em uma verificação metódica. Em vez disso, suas contramedidas permanecem, em grande parte, defensivas e individualizadas, como bloquear contas ou evitar debates. Essa lacuna demonstra que a

(cc) BY-NC-SA

avaliação crítica não pode ser deixada a cargo do instinto; ela deve ser sistematicamente incorporada à educação formal e às práticas digitais cotidianas.

Em conclusão, a desinformação ideológica representa um desafio crítico para as sociedades digitais contemporâneas, desestabilizando ativamente a deliberação democrática ao aprofundar a polarização e manipular a opinião pública. A estrutura descentralizada e algorítmica das plataformas modernas intensifica essa crise, comprovando que a regulamentação de conteúdo imposta de cima para baixo e a verificação de fatos isolada são estruturalmente insuficientes. A mitigação a longo prazo depende inteiramente da capacidade dos usuários de avaliar criticamente as mensagens digitais, questionar as fontes, reconhecer seus próprios preconceitos ideológicos e cultivar a responsabilidade compartilhada durante a distribuição de informações.

Embora a Geração Z demonstre uma consciência básica sobre fraudes on-line, transformar esse potencial latente em resistência sustentável requer uma formação institucionalizada e interdisciplinar em alfabetização midiática, integrada a áreas fundamentais como cidadania e tecnologias da comunicação. Em vez de uma disciplina eletiva técnica superficial, essa educação deve ser tratada como uma competência cívica essencial, vital para a sustentabilidade da vida pública democrática. Para combater efetivamente a desinformação direcionada, os indivíduos devem ir além das distinções binárias entre verdadeiro e falso, aprendendo, em vez disso, a analisar os atores responsáveis pela divulgação, os motivos estratégicos, os apelos emocionais e os marcos ideológicos abrangentes. Em última análise, a alfabetização midiática sistemática se destaca como o domínio mais fundamental de resistência contra as perturbações da informação digital contemporânea.

(cc) BY-NC-SA

REFERÊNCIAS

Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, *31*(2), 211–236. https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211

Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. A. (2015). Exposure to Ideologically Diverse News and Opinion on Facebook. *Science, 348*(6239), 1130–1132. https://doi.org/10.1126/science.aaa1160

Boyd, d. (2010). Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications. In Z. Papacharissi (Ed.), *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites* (pp. 39–58). Routledge.

Callamari, P., & Reveron, D. S. (2003). China's Use of Perception Management. *International Journal of Intelligence and CounterIntelligence*, *16*(1), 1–15. https://doi.org/10.1080/713830380

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Approaches* (4th ed.). Sage.

Çakmak, F. (2019). Medyada dezenformasyon sorunsalı ve manipülasyonun gücü: İdeoloji ve söylem açısından seçim haberlerinin siyasal iletişimdeki rolü. *Selçuk İletişim*, *12*(2), 1127–1154. https://doi.org/10.18094/josc.596861

Dursun, O., & Yıldız, F. (2022). Yeni medya ve kamusal alan: İletişim akademisyenlerinin perspektifi. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, *62*, 1–32. https://doi.org/10.26650/CONNECTIST2022-1040243

Eagleton, T. (1991). *Ideology: An Introduction*. Verso.

Fallis, D. (2015). What is Disinformation? *Library Trends*, *63*(3), 401–426. https://doi.org/10.1353/lib.2015.0014

Jowett, G. S., & O'Donnell, V. (2006). *Propaganda and Persuasion* (4th ed.). Sage.

Kurt, A. A., & Kürüm, D. (2010). Medya okuryazarlığı ve eleştirel düşünme arasındaki ilişki: Kavramsal bir bakış. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *2*, 20–34.

Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., Metzger, M. J., Nyhan, B., Pennycook, G., Rothschild, D., Schudson, M., Sloman, S. A., Sunstein, C. R., Thorson, E. A., Watts, D. J., & Zittrain, J. L. (2018). The Science of Fake News. *Science*, *359*(6380), 1094–1096. https://doi.org/10.1126/science.aao2998

Livingstone, S. (2004). Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies. *The Communication Review*, *7*(1), 3–14. https://doi.org/10.1080/10714420490280152

McCarty, N. (2019). *Polarization: What Everyone Needs to Know*. Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/wentk/9780190867782.001.0001

(cc) BY-NC-SA

McNamara, R. (2019, March 25). *What is disinformation? Definition and examples*. ThoughtCo. https://www.thoughtco.com/disinformation-definition-4587093

O'Neill, R. P. (1989). *Toward a Methodology for Perception Management* [Document No. M-U 41662-6]. Air University Library.

Papacharissi, Z. (2002). The Virtual Sphere: The Internet as a Public Sphere. *New Media & Society*, *4*(1), 9–27. https://doi.org/10.1177/14614440222226244

Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice* (4th ed.). Sage.

Potter, W. J. (2010). The State of Media Literacy. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, *54*(4), 675–696. https://doi.org/10.1080/08838151.2011.521462

Seemiller, C., & Grace, M. (2019). *Generation Z: A Century in the Making*. Routledge.

Talisse, R. B. (2019). *Overdoing Democracy: Why We Must Put Politics in Its Place*. Oxford University Press.

van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*, *1*(1), 2–14. https://doi.org/10.17645/mac.v1i1.70

van Dijk, T. A. (1998). *Ideology: A multidisciplinary approach*. Sage.

Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The Spread of True and False News Online. *Science*, *359*(6380), 1146–1151. https://doi.org/10.1126/science.aap9559

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making*. Council of Europe.

Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). Sage.

(cc) BY-NC-SA

CRediT Author Statement

- **Agradecimentos**: Não se aplica.
- **Financiamento**: Esta pesquisa não recebeu financiamento externo.
- **Conflitos de interesse**: Os autores declaram não ter conflitos de interesse em relação à publicação deste artigo.
- **Aprovação ética**: Não foi necessária aprovação ética.
- **Disponibilidade de dados e materiais**: Os dados que sustentam as conclusões deste estudo estão disponíveis junto ao autor correspondente, mediante solicitação razoável.
- **Contribuições dos autores**: Todos os autores contribuíram para a concepção e o desenho do estudo, a coleta, análise e interpretação dos dados, a redação e revisão do manuscrito, e aprovaram a versão final do manuscrito.

Processamento e editoração: Editora Ibero-Americana de Educação
Revisão, formatação, normalização e tradução

(cc) BY-NC-SA