

## A influência das redes sociais na formação de repertório político da Geração Z no Brasil

**DAVI BARCELOS MACHADO**

ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING - ESPM

**GABRIEL CURI GERAIGIRE**

ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING - ESPM

**LUCAS CAMPOS VASCONCELOS**

ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING - ESPM

**NICOLAS DE OLIVEIRA FARINA**

ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING - ESPM

**ROBERTA GABRIELA BASILIO**

ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING - ESPM

### Introdução

A Geração Z nasce socializada em ambientes digitais, consome informação política majoritariamente nas redes, onde a curadoria algorítmica e bolhas informacionais moldam a exposição e ajudam a formar o pensamento crítico. Entende-se como repertório político o conjunto de saberes e práticas que orientam o exercício da cidadania política. Assim, partimos da premissa que a personalização e patrocínios podem privilegiar conteúdos polarizadores e fontes contra-institucionais (como influenciadores e colegas), afetando o julgamento e participação política deste público.

### Problema de Pesquisa e Objetivo

O problema desta pesquisa é: como as redes sociais influenciam na formação de repertório político da geração Z no Brasil? O objetivo geral é entender como as redes sociais influenciam a formação de repertório político da geração Z no Brasil. Temos como objetivo específico, analisar o papel dos algoritmos e das bolhas informacionais nos conteúdos políticos acessados pela Geração Z nas redes sociais.

### Fundamentação Teórica

Este estudo ancora-se nas teorias de socialização política (Davies, 1965), na cultura participativa e no ativismo digital (Jenkins, 2016) e nas abordagens de comunicação política em rede e bolhas informacionais (Castells, 2017). Também traz debates sobre personalização algorítmica (Tufekci, 2015) e sobre a formação do repertório político na Geração Z. Esses referenciais mostram práticas políticas digitais, afetivas e personalizadas que tensionam modelos clássicos de participação e engajamento.

### Metodologia

A escolha por abordagem qualitativa justifica-se pela necessidade de compreender, em profundidade, as práticas de consumo de conteúdo político pela Geração Z nas redes e a influência dos algoritmos, acessando subjetividades, significados e valores não reduzíveis a indicadores quantitativos. A coleta incluirá entrevistas em profundidade com especialistas em redes sociais (operações algorítmicas e Client Solutions Management), capazes de explicar como o conteúdo é otimizado e direcionado a diferentes públicos. A análise interpretativista (Flick, 2009) identificará categorias e padrões.

### Análise e Discussão dos Resultados

A formação do repertório político da Geração Z resulta da interação entre recomendação algorítmica e navegação do usuário. Sinais de engajamento (tempo de visualização, repetição, compartilhamentos, salvamentos) estreitam o feed e reforçam crenças. Formatos curtos e emotivos retêm atenção e fragmentam informações. Controles ("não tenho interesse", silenciar etc.) mitigam, mas são pouco usados. Eventos de alto interesse público ampliam temporariamente a diversidade. O tráfego orgânico segue regido pelo engajamento.

### Considerações Finais

As redes sociais consolidaram-se como infraestruturas centrais de comunicação, informação e mobilização política, sobretudo entre a Geração Z. Como espaços de socialização, curadoria e disputa simbólica, a personalização tende a produzir bolhas informacionais. Para qualificar o ecossistema e fortalecer a democracia, recomenda-se: letramento midiático com uso de controles e diversidade de fontes; transparência mínima dos critérios de recomendação; salvaguardas de integridade; e formatos que privilegiem contexto. Pesquisas futuras devem testar efeitos causais e comparar plataformas.

### Referências

CASTELLS, Manuel. Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet. Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2017.; DAVIES, James C. The family's role in political socialization. The Annals of the American Academy of Political and Social Science, v. 361, n. 1, p. 10-19, 1965.; FLICK, Uwe. Qualidade na pesquisa qualitativa: coleção pesquisa qualitativa. Bookman editora, 2009.; JENKINS, Henry. Youth voice, media, and political engagement. By any media necessary, v. 3, p. 1, 2016.; TUFEKCI, Zeynep. Algorithmic harms beyond Facebook and Google. Colorado Technology Law Journal,

### Palavras Chave

Algoritmos, Consumo Consciente, Redes sociais