



INTERNET E SOCIEDADE

Fundação Konrad Adenauer
www.kas.de/brasil

Educação política e internet: redes sociais como plataformas de formação

Marianna Jardim¹
Constance Albanel²

Introdução

Na concepção desenvolvida por Paulo Freire, a educação é um ato de conhecimento e conscientização. Entende-se por conscientização um processo de aprendizagem pelo qual o ser humano é conduzido a desenvolver um pensamento crítico e a assumir um papel ativo, ou seja, levar o indivíduo a perceber a si próprio como um ser atuante no mundo a sua volta e capaz de transformar a realidade social³.

Uma definição ampla de educação abrange, além do aprendizado escolar, processos de formação humana que se realizam nas práticas sociais, na convivência e nas interações da família, nos círculos sociais, no trabalho, no lazer, na participação política, e por meio dos livros e da imprensa. De fato, “*Os seres humanos criam significado interagindo com seu ambiente natural e social. (...) A constituição de redes é operada pelo ato da comunicação*”, como comenta Manuel Castells⁴. Então o aprendizado se faz a partir da troca de informações que alimentamos tanto no nosso meio natural quanto no nosso meio social.

Baseando-se nisso, quando falamos em educação política, entendemos o que permite a cada pessoa juntar e desenvolver conhecimentos, experiências e vivências tanto intelectuais quanto culturais e morais no domínio político, o que acarreta a formação de pensamento crítico e posicionamento ativo do indivíduo na política e na sociedade.

¹ Graduada em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, onde ainda é aluna do Domínio Adicional de Política Internacional. Assistente de Comunicação e Pesquisadora do Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio de Janeiro.

² Mestre pela Sciences Po Paris, Consultora e Pesquisadora do Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio de Janeiro na Área de Educação.

³ FREIRE, Paulo. Conscientização: Teoria e Prática da Libertação – Uma Introdução ao Pensamento de Paulo Freire. 3^a Ed. São Paulo, Editora Moraes, 1980.

⁴ CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura, volume.1, São Paulo, Editora Paz e Terra, 1999.

A educação política numa sociedade democrática acontece por meio de um processo de aprendizagem pelo qual o indivíduo se torna cidadão. Ser cidadão numa sociedade democrática outorga o direito - e impõe o dever - de estar informado, de formar sua opinião política e de ter a possibilidade de se tornar um agente de transformação social, defender seus direitos e se manifestar em relação a decisões políticas que afetam a coletividade. Educação política não é somente transparência na informação, mas é também a transmissão de valores democráticos de participação como meios de exercer a cidadania.

De fato, o modelo de governo representativo que é adotado pela grande maioria das democracias hoje criou um jogo político no qual se estabeleceu um forte abismo entre a classe política e o cidadão. A tendência é que o cidadão sinta-se à margem da política uma vez que a tomada de decisão é exercida diretamente pelos políticos, que nem sempre agem em conformidade com o poder outorgado pelos cidadãos ou em defesa do interesse destes. Tal contexto é a origem da crise de representatividade que vivemos hoje e, ao mesmo tempo, de um sentimento de impotência do cidadão no que diz respeito à política.

Ao longo da história, a liberdade de imprensa, os partidos políticos de oposição, os sindicatos e outras associações políticas localizadas ou setorizadas aparecem como catalisadores da organização social, da formação de opinião política e do ativismo. Esses conjuntos se organizam em grupo com identidades similares e ajudam a criar e alimentar os debates e a ação política.

As revoluções tecnológicas das últimas décadas, por outro lado, que possibilitaram a emergência de uma sociedade da informação baseada em redes, mudaram os limites de atuação dos cidadãos comuns.

As recentes tecnologias digitais permitem o desenvolvimento de redes que vão além da esfera privada e se abrem para a sociedade. Elas são de fato “*a coluna vertebral da sociedade em rede*”⁵. As redes sociais, por exemplo, redesenham a cena da comunicação, discussão e participação no cenário político, oferecendo novas ferramentas e meios de interação. Foi sobretudo nas redes sociais que surgiram espaços de autonomia da comunicação, muito além dos canais de comunicação tradicionais monopolizados por governos ou empresas privadas.

No contexto atual do âmbito da comunicação redesenhada pelas redes sociais, a questão é analisar em que proporção elas facilitam a atuação política do cidadão. Em que medida podemos considerar as redes sociais na internet como plataformas que possibilitam processos de educação política do cidadão tanto no ato de conhecimento quanto no ato de conscientização, mencionados por Paulo Freire?

Com fins de alimentar essa reflexão, analisaremos o quanto na internet as redes sociais podem ser tanto meios privilegiados de informação e comunicação política para alimentar e criar conhecimento, quanto catalisadores de engajamento e participação no jogo político. Além disso, examinaremos também em que medidas isso fortalece a formação política do cidadão, e de que forma isso pode torná-lo vulnerável.

⁵ Terminologia de Manuel Castells em: CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura, volume.1, São Paulo, Editora Paz e Terra, 1999



I. As redes sociais como instrumentos e meios para formação de conhecimento

A popularização da internet, a partir dos anos 2000, permitiu que milhões de pessoas tivessem acesso a esse novo meio de comunicação. Como toda grande inovação tecnológica, a rede revolucionou hábitos e costumes e encurtou tempo e distâncias. Esses efeitos foram multiplicados por aplicativos, como o Skype, e mídias sociais, como o Facebook. Enquanto o primeiro chegou com a premissa de conectar pessoas em territórios distantes via áudio e vídeo, o segundo trazia um espaço para interação onde as redes pessoais ganhavam território virtual e ilimitado.

O Facebook não foi a primeira tentativa de instituição de rede social virtual. Evidentemente houve outras que precederam a experiência criada por Mark Zuckerberg. A estratégia de ampliação do Facebook, muito focada em evoluir adaptando a sua tecnologia às vontades dos usuários, tirou do campo, por exemplo, o gigante MySpace, que deixou de liderar o recém-criado setor. O Facebook tinha como objetivo inicial conectar estudantes de Harvard. Depois de ter alcançado o sucesso dentro do campus, tornou-se popular também entre outras instituições. A quantidade de usuários aumentou, bem como o número de funcionalidades da plataforma.

Com o tempo e o aperfeiçoamento das ferramentas virtuais, redes sociais como o Twitter, YouTube, LinkedIn e o próprio Facebook passaram não apenas a ser grandes núcleos e conectores de pessoas no mundo todo, mas também centros de informação de grande circulação. Em uma pesquisa realizada pela Pew Research Center em 2015, 61% dos americanos da geração Y⁶ afirmaram utilizar o Facebook para se manterem informados sobre política. A grande mídia criou páginas próprias nessas redes e, a partir disso, a produção de informação originária dos veículos tradicionais passou a se diversificar. Vídeos, tuítes, *livestreaming*: as inovações digitais ajudaram a grande mídia a fazer um novo tipo de jornalismo que acompanhasse o imediatismo dos novos tempos, a descentralização da informação e as formas contemporâneas de interatividade.

Com a internet e principalmente as redes sociais, mídias independentes ganharam espaço, força e considerável credibilidade. Elas não reproduzem o discurso e a ideologia dominante presente nos veículos tradicionais. A internet, por possuir espaço potencialmente ilimitado, além de menores restrições e custos baixíssimos quando comparada à distribuição de publicações impressas, por exemplo, favoreceu a disseminação e a multiplicação do conteúdo de todos os gêneros. Alguns tornaram-se inclusive formadores de opinião e referência para determinados públicos.

O cidadão comum também ganhou espaço no âmbito da disseminação da informação. O escritor Dan Gillmor trata, no livro “*We the Media*”⁷, do “ex-público”⁸: aqueles que antes apenas recebiam a informação, hoje têm o poder de criar, reagir, interagir e inclusive alterar a história enquanto ela se desdobra. Essa nova relação fez com que o público virasse, também ele, produtor de informação. Enquanto no século XX a mídia falava para consumidores, no século XXI isso se tornou impossível: a antiga plateia pode hoje responder de volta, em tempo real e com pouquíssimas restrições. O público hoje pode se relacionar diretamente com qualquer fonte de informação na rede social, bem como trocar informações, opiniões e experiências com uma gama imensamente

⁶ Disponível em <http://www.journalism.org/2015/06/01/millennials-political-news/>

⁷ Ainda sem tradução no Brasil.

⁸ “The former audience” em inglês.

maior de pessoas, em tempo real. O filósofo americano John Dewey se refere à interação como sendo o maior componente do processo educativo, pelo fato de ser o processo que leva o estudante, por meio das trocas, a transformar uma informação inerte num conhecimento com aplicação e valor pessoal⁹.

Redes sociais como o Twitter e o Facebook também mudaram a maneira de o público se relacionar com diferentes aspectos cotidianos, desde a comunicação em caso da ocorrência de eventos catastróficos naturais, como tsunamis e terremotos, até a movimentação e decisão política, como no caso de eleições.

Em 2008, o então senador Barack Obama conseguiu se eleger presidente com a ajuda do uso inteligente da tecnologia e das mídias sociais. Desde então, políticos de todo o mundo entenderam o quanto poderiam ganhar com esses meios, e eleições em outros países começaram a ser disputadas também dentro do campo das redes sociais. Estas são tanto ferramentas potentes para políticos quanto ferramentas que podem se voltar facilmente contra eles. A divulgação ou falta de divulgação de informações ou posicionamentos sobre temas-chave podem ter muita influência nos debates e na formação de opiniões dos usuários de redes.

Causas políticas endossadas pela sociedade civil também ganharam visibilidade dentro das redes sociais. É o caso da onda feminista de ativismo político no Brasil que se iniciou nas redes no ano de 2015 com a hashtag #PrimeiroAssédio, que serviu para identificar assédios dos quais os usuários foram vítimas e contribuíram para conscientizar mulheres e jovens sobre a alarmante quantidade de casos de abuso e violência contra a mulher.

A disseminação da hashtag nas redes atraiu a atenção dos usuários e da mídia, que passou a tratar abertamente a questão e a dar espaço para a discussão, como a coluna #AgoraÉQueSãoElas, da Folha de São Paulo, que se define como “uma tribuna de muitas vozes femininas e feministas”¹⁰. Esse tipo de visibilidade a uma causa política contribui para uma noção mais aprofundada do tema, podendo se converter em uma discussão sobre outros aspectos do feminismo. Por meio dessas informações e dessa experiência, jovens se descobriram feministas, enquanto que outras mulheres se sentiram livres para apoiar a causa, uma vez que esta estava em discussão em tempo real¹¹. Em meio à discussão, outros formadores de opinião ganharam força e protagonismo.

Por outro lado, tratando-se de momentos de grande tensão ou de movimentação política, é possível analisarmos que as redes sociais também podem ser alvo de disseminação da falsa notícia. Um estudo da American Press Institute¹² mostrou que informações falsas inseridas nas redes sociais precisam de um esforço três vezes maior para serem corrigidas comparado ao esforço usado para publicá-las.

O alcance dessas informações exige atenção, uma vez que muitas pessoas que chegam ao seu encontro têm suas opiniões facilmente manipuladas e se tornam disseminadoras de notícias in-

⁹ Dewey, J. (1916). *Democracy and Education*. New York: Macmillan. “Referred to interaction as the defining component of the educational process that occurs when the student transforms the inert information passed to them from another, and constructs it into knowledge with personal application and value”.

¹⁰ Disponível em <http://agoraequesaoelas.blogfolha.uol.com.br/>

¹¹ Disponível em <http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/proa/noticia/2015/12/campanhas-feministas-nas-redes-sociais-evidenciam-a-face-jovem-do-movimento-4923721.html>

¹² Disponível em <https://www.americanpressinstitute.org/fact-checking-project/new-fact-checking-research-false-information-floods-twitter-many-americans-confidently-wrong/>

fundadas. Uma solução para evitar casos como esses é investir em agências de checagem de dados, como a Agência Lupa¹³. Outra maneira de evitar que usuários das redes espalhem boatos inadvertidamente é educá-los para que entendam a mídia (*media-literacy*), como sugere Ronaldo Lemos¹⁴.

Outra tendência negativa da utilização das redes sociais quando usadas para fins de formação de opinião é a sobrecarga de informação. A tendência de compartilhamentos (que aumentam exponencialmente o alcance da informação) e a presença dos veículos da mídia tradicional em peso nas redes - além da já citada mídia alternativa - fazem que o usuário das redes sociais sinta-se assobrado de informações. É claro que esta sobrecarga advém também de outros meios, como por *e-mails* e informações a serem absorvidas do “mundo físico”.

Com uma circulação tão intensa de informações, é possível conceber que o usuário se torne progressivamente menos apto a efetuar julgamentos de valor adequados. No entanto, é necessário ter em mente que a informação deve instruir o indivíduo, e não confundi-lo ou enganá-lo. Ao mesmo tempo em que a informação se torna mais fluída, ela também pode se tornar mais volátil, e manipular o público. Formas de conscientização da habilidade da rede de “desinformar” são importantes para que problemas sérios sejam evitados.

A propagação rápida da mensagem, a descentralização da informação e o espaço de autonomia que as redes sociais oferecem ao usuário são aspectos benéficos da contemporaneidade. Essas ferramentas abrem possibilidades de interações e vivências que facilitam a transformação e a apropriação da informação, que gera conhecimento e ajuda o cidadão a formar sua própria opinião.

II. As redes sociais como plataformas catalizadoras de mobilização e participação política

Segundo Manuel Castells¹⁵, as redes sociais conferem ainda ao indivíduo um sentimento de força e pertencimento que o leva à vontade de se engajar e se posicionar mais. Dessa maneira, elas refletem um sistema democrático mais participativo e interativo, facilitando consultas à população e debates mais inclusivos.

As eleições presenciais de 2014 no Brasil comprovaram a tendência forte à participação no debate político, tendo sido as redes sociais as principais plataformas do ativismo digital e da confrontação política, que permitiram a difusão da informação e sua reinterpretação por todos, ainda que o resultado - sentido até hoje, com um país ainda fortemente dividido - possa ser questionado. A chave para a compreensão desse fenômeno pode estar, mais uma vez, em Castells¹⁶, quando afirma que os movimentos sociais são emocionais e as emoções mais relevantes para comportamento político são o medo e o entusiasmo. Pessoas compartilham suas experiências e expri-

¹³ Disponível em <http://piaui.folha.uol.com.br/lupa/>

¹⁴ Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/columnas/ronaldo-lemos/2016/05/1776138-informacao-falsa-circula-mais.shtml>

¹⁵ CASTELLS Manuel, Redes de indignação e esperança: Movimentos sociais na era da internet, Editora Zahar, 2013.

¹⁶ CASTELLS Manuel, Redes de indignação e esperança : Movimentos sociais na era da internet, Editora Zahar, 2013.

mem suas ansiedades, seus sentimentos de raiva e injustiça, mas também a esperança do futuro por meio das redes. O movimento começa quando a emoção se transforma em ação¹⁷.

Referindo-se às manifestações que ocorreram no Brasil em 2013, Manuel Castells menciona que “*Todas as manifestações de uma sociedade injusta e de uma comunidade política não democrática estavam presentes nos protestos. Mas foi basicamente a humilhação provocada pelo cinismo e pela arrogância das pessoas no poder, seja ele financeiro, político ou cultural, que uniu aqueles que transformaram medo em indignação, e indignação em esperança de uma humanidade melhor*”¹⁸. A ausência de uma causa única transformou o movimento em “potência”. E aqueles que se sentiam excluídos passaram a se sentir parte de um grupo social ativo.

Esses movimentos formados e organizados através das redes sociais têm em comum alguns aspectos. Eles não necessariamente compartilham uma mesma ideologia política entre si ou dentro de si, desconfiam da mídia tradicional, não têm liderança nem organização formal, política ou sindical, e se espalham no mundo interligados pela internet.¹⁹

Os movimentos sociais conectados em redes espalharam-se primeiro no mundo árabe em 2011 e depois ocorreram em vários outros países da Europa e da África. Eles se materializaram em manifestações, marchas e ocupações, o que simboliza “*uma nova forma de fazer política. Não a política partidária, oficial, mas a política no sentido dos gregos, do cidadão que se manifesta e discute na praça pública*”²⁰.

As redes sociais alargam o espaço público no momento em que oferecem espaços ao cidadão para debater e dialogar e, assim, levam à transformação dos comportamentos políticos. Os manifestantes se mobilizam através das redes sociais, como fizeram no Brasil em 2013 com o movimento #VemPraRua - e vão para as ruas. Durante essas manifestações há uma dinâmica forte entre rede e rua, no sentido de que os que estão dentro das mobilizações relatam nas redes e os que estão dentro da rede espalham e comovem, como explica Fabio Malini²¹.

Se é verdade que as redes sociais estão possibilitando novas formas de exercício da democracia e coincidem com um desencanto global dos modelos políticos, além de uma vontade de mudança da parte do cidadão, por outro lado, como menciona Maria da Glória Gohn, “*também fornecem todos os elementos para a construção de novas formas de controle social*”²².

De fato, não devemos esquecer que as informações que aparecem nos murais das redes sociais representam somente uma pequena parte das informações que estão de fato disponíveis na internet. Essas informações passam por dois filtros principais: o próprio usuário ou sua rede próxima, que fazem a seleção inicial do que será exibido na página, e os filtros automáticos, robôs das redes. Ou seja, o usuário não pode ser ingênuo de acreditar que o que vê na *timeline* das redes sociais que frequenta é a totalidade de informações que a rede tem a lhe oferecer.

¹⁷ GOHN Maria da Glória. Movimentos Sociais na Contemporaneidade. Revista Brasileira de Educação, Minas Gerais, v.16, n. 47, 2011 <http://www.scielo.br/pdf/rbedu/v16n47/v16n47a05.pdf> .

¹⁸ CASTELLS Manuel, Redes de indignação e esperança: Movimentos sociais na era da internet, Editora Zahar, 2013.

¹⁹ CASTELLS Manuel, Redes de indignação e esperança : Movimentos sociais na era da internet, Editora Zahar, 2013.

²⁰ GOHN, Maria da Glória. Sociologia dos Movimentos Sociais. 2. São Paulo, Editora Cortez, 2014.

²¹ MALINI, Fabio, ANTOUN Henrique, Ciberativismo e mobilização nas redes sociais, Editora Sulina, 2013. Disponível em http://www.liinc.ufrj.br/pt/attachments/316_A-internet-e-a-rua--online.pdf.

²² GOHN, Maria da Glória. Sociologia dos Movimentos Sociais. 2. São Paulo, Editora Cortez, 2014.



Na verdade, as informações que aparecem nos murais são organizadas mediante um processo de seleção para oferecer um conteúdo personalizado de acordo com os interesses e afinidades do usuário. Essas filtragens são feitas a partir de algoritmos que seguem a racionalidade matemática, e a maioria de suas estruturas de funcionamento estão sob sigilo. No Facebook por exemplo, o EdgeRank é usado para tal, porém não é claro como operam na seleção da informação.

São vários os riscos dessa seleção. Em primeiro lugar, ela em regra expõe conteúdo que apenas reforça a opinião do usuário sobre um determinado assunto. Assim, o usuário tem acesso limitado à diversidade de informações e o processo de desenvolvimento do senso crítico é prejudicado.

Além disso, o fluxo de informações é contínuo na internet, o que faz com que filtragens possam levar à chegada de um enorme volume de informações sobre o mesmo tema. Quando se trata de uma opinião idêntica, essas filtragens alimentam ainda mais a percepção de que todos à volta do usuário pensam o mesmo. Um estudo feito pela Diretoria de Análise de Políticas Públicas (DAPP) da Fundação Getúlio Vargas²³ aponta que, quando se atua politicamente nas redes sociais, a tendência é falar somente com aqueles que possuem opinião semelhante à nossa e recebermos informações que apoiam o que já pensamos. Isso pode inclusive ter levado à formação de dois blocos políticos distintos durante a eleição presidencial de 2014 no Brasil, com pouca mediação e forte tensão entre eles.

Além disso, a força de mobilização pelas redes sociais é um fato, mas há também o risco de que nem sempre seja pelas boas razões. Uma pesquisa²⁴ coordenada pela Universidade de Oxford realizada em 2011 analisou os mecanismos das mobilizações nas redes sociais, baseando-se especificamente no caso das manifestações e marchas do 15M²⁵ na Espanha.

A pesquisa observou que por meio das redes sociais uma enorme quantidade de mensagens circulando num curto espaço de tempo cria uma sensação de urgência nos usuários que os leva a aderir ao movimento de forma impulsiva. A maioria dos usuários se mobilizam em função das mensagens recebidas por redes próximas e isso cria um efeito “bola de neve” de adesões essencialmente baseado nas emoções que a situação produz. Esses comportamentos emotivos e impulsivos tendem a eliminar a parte da reflexão sobre a situação e o tempo de análise crítica das informações comunicadas. Isso leva a uma adesão e consenso “artificial”, que pode ser perigoso em algumas situações pois torna o usuário facilmente manipulável.

É fundamental reconhecer o papel das redes sociais como plataformas que respondem a uma vontade social e facilitam o acesso à informação, levando aos indivíduos certa força motriz essencial para que possam se engajar e se tornar mais ativos na sociedade. Esse aspecto fortalece a

²³ Disponível em <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/12555/Grafo%20Elei%C3%A7%C3%A7%C3%B5es%20Globo.pdf?sequence=1&isAllowed=>

²⁴ GONZALEZ-BAILON Sandra, BORGE-HOLTHOEFER Javier, RIVERO Alejandro, MORENO Yamir, The Dynamics of Protest Recruitment through an Online Network. Scientific Reports, 1, 2011. Disponível em <https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1111/1111.5595.pdf>.

²⁵ O 15 M faz referência ao 15 de Maio 2011 na Espanha, dia em que se formou o Movimento 15 M ou Movimento dos Indignados, manifestando através de protestos pacíficos de cidadãos o desacordo com a classe política. Os protestos se organizaram pelas redes sociais e foram iniciados por plataformas digitais como *Democracia Real Ya!* (Democracia Real Já). Esse movimento se diz muito inspirado da Primavera Árabe, e de outros movimentos sociais que aconteceram na Grécia, Islândia e Portugal.

sensação de cidadania. No entanto, para que essas ferramentas e meios caminhem para o reforço de uma democracia mais participativa, não podemos esquecer como as redes sociais se constroem e se alimentam. A consciência desse funcionamento é fundamental para continuarmos a usá-las de maneira ativa e crítica e não sermos usados por elas.

Conclusão

O entusiasmo da sociedade em usar as novas tecnologias e suas redes sociais para discussões políticas é um fenômeno importante para o fortalecimento da cidadania. O potencial para as redes sociais se tornarem plataformas da esfera pública mundial já é um fato.

As redes sociais oferecem acesso à informação, de maneira rápida e descentralizada, além de um espaço de autonomia que possibilita interações constantes. O acesso à informação é fundamental no processo de formação política, e, além disso, as interações permitem ao usuário se apropriar da informação para formar sua própria opinião. Esse contexto de redesenho da comunicação é um facilitador da aprendizagem e permite ao usuário formar uma visão crítica do mundo à sua volta, além de repensar a realidade social e o seu próprio papel nela.

Através do conhecimento o indivíduo se percebe como membro da sociedade. Esse é o famoso "ato de conscientização" mencionado por Paulo Freire. Somente a consciência da realidade social pode levar o cidadão a se engajar verdadeiramente. Nesse contexto, as redes sociais se tornam plataformas importantes para a organização e mobilização da sociedade civil em nome de uma vontade de mudança social.

As redes sociais vão abrindo assim novas formas e meios de construir uma democracia na qual o cidadão ocupa seu papel ativo. Nesse sentido, as redes sociais são espaços que potencializam a educação política do cidadão. Percebe-se que o aumento de interesse na política condiz com a constatação e indignação perante a agenda política, e desperta o poder de mobilização para demandas de mudanças.

No entanto, para que essas ferramentas e meios continuem reforçando a formação do usuário em cidadão e facilitando um modelo de democracia mais participativo e justo, a compreensão do funcionamento e dos efeitos das redes sociais é fundamental. Esse é um dos desafios de hoje, somente isso permitirá que o cidadão não se deixe levar por informações ou simulações falsas e que comprehenda a realidade social e esteja alinhado com ela.