

# Educação política na era digital: desafios democráticos e a experiência da parceria Engeform- Movimento Voto Consciente

---

Bruno Souza da Silva

## Resumo

O presente artigo explora a educação política na era digital com foco nos desafios democráticos impostos pelas redes sociais. Para isso, analisa a parceria entre a empresa Engeform Engenharia e o Movimento Voto Consciente (MVC) no que diz respeito ao seu Programa de Educação Política, destacando como essa iniciativa empresarial busca fortalecer a cidadania e a democracia em um ambiente digital complexo. O problema abordado é o seguinte: como a educação política pode ser mobilizada para enfrentar os desafios democráticos gerados pela interação política mediada por redes sociais no Brasil? O artigo investiga como iniciativas de educação política podem atuar em um cenário onde algoritmos promovem câmaras de eco e polarização, dificultando o diálogo e a reflexão. Nesse sentido, o principal objetivo é apresentar uma análise descritiva dos dados do relatório de atividades de 2024 da página @educacaopoliticaengeform no Instagram, dedicada à difusão de conteúdos educativos no âmbito da parceria supracitada. A análise inclui a visão geral dos seguidores, alcance, impressões, engajamento e publicações de destaque. Simultaneamente, o trabalho visa relacionar esses desafios da educação política digital com os enfrentamentos democráticos contemporâneos, conforme a literatura da

área. Os achados indicam que a educação política em ambientes digitais enfrenta limites e possibilidades.

## Abstract

This article explores political education in the digital age, focusing on the democratic challenges posed by social networks. To this end, it analyzes the partnership between the company Engeform Engenharia and the Movimento Voto Consciente (MVC) with regard to its Political Education Program, highlighting how this business initiative seeks to strengthen citizenship and democracy in a complex digital environment. The problem addressed is the following: how can political education be mobilized to face the democratic challenges generated by political interaction mediated by social networks in Brazil? The article investigates how political education initiatives can act in a scenario where algorithms promote echo chambers and polarization, hindering dialogue and reflection. With this in mind, the main objective is to present a descriptive analysis of the data from the 2024 activity report of the @educacaopoliticaengeform Instagram page, which is dedicated to disseminating educational content within the framework of the aforementioned partnership. The analysis includes an overview of followers, reach, impressions, engagement and top posts. At the same time, the work aims to relate these challenges of digital political education to contemporary democratic challenges, according to the literature in the field. The findings indicate that political education in digital environments faces limits and possibilities.

A democracia revela-se como fenômeno multifacetado, cuja complexidade ultrapassa os arranjos institucionais que a formalizam. Em seu cerne, exige que o *demos* – o corpo político de cidadãos – participe de maneira substantiva na construção dos destinos coletivos, dentro de quadros jurídicos e sociais historicamente situados. Tanto na experiência das cidades-Estado gregas, quanto nas sociedades con-

temporâneas, o processo democrático autêntico manifesta-se na dinâmica entre sujeitos dotados de direitos políticos, os quais atuam no espaço público orientados por seus referenciais culturais, valores compartilhados e pelas informações que moldam suas percepções e preferências políticas.

Mais do que um sistema de regras, a democracia constitui-se como expressão cultural viva. Como bem observou Dahl (2001), sua sustentação demanda não apenas instituições robustas, mas sobretudo um tecido social impregnado de cultura política participativa – desafio que se complexifica radicalmente quando as interações políticas migram majoritariamente para o ambiente digital. Estes espaços, que poderiam encarnar a esfera pública deliberativa idealizada por Habermas (1984), por exemplo, convertem-se com frequência em arenas de fragmentação social.

Como demonstram Empoli (2019) e Moore (2022), a arquitetura algorítmica das plataformas digitais opera sob uma lógica perversa: maximizam o tempo de engajamento através da exploração de vieses emocionais e cognitivos, privilegiando conteúdos polarizadores em detrimento de informações complexas. O resultado é um ecossistema onde “a indignação vende mais que a reflexão” (EMPOLI, 2019, p. 47). Por sua vez, Moore (2022) destaca como a economia da atenção transforma cidadãos em produtos de um mercado político digitalizado no qual o cerne da representação política, outrora garantidora da legitimidade democrática, se vê em um desafio constante. Ou seja, cidadãos vão deixando de desenvolver habilidades e comportamentos salutares para o convívio democrático, como lidar com a diferença, na medida em que se brutalizam, transformando-se em consumidores de conteúdos políticos direcionados pelas redes sociais.

Se no século XX, como diagnosticou Putnam (1996), o mal-estar democrático manifestava-se através da apatia política e do esgarçamento do associativismo civil, hoje paradoxalmente enfrentamos o fenômeno oposto: uma hiperatividade virtual que gera mais ruído do que diálogo, mais performance do que deliberação substantiva. Nesse sentido, a

qualidade da democracia contemporânea mostra-se, portanto, intimamente vinculada à natureza das interações entre cidadãos informados e eticamente comprometidos com o bem comum, o que tem se perdido em meio às redes fragmentadoras e, por vezes, violentas.

Eis o dilema central de nosso tempo: preservar o potencial democrático das interações políticas quando estas ocorrem predominantemente em ambientes digitais moldados por algoritmos que fomentam “câmaras de eco”, ou seja, espaços autorreferenciais onde apenas as visões consolidadas encontram ressonância (SUNSTEIN, 2017). Neste cenário, a ação comunicativa proposta por Habermas (1984) encontra-se esvaziada quando as próprias condições do diálogo são pré-formatadas por lógicas tecno-comerciais que determinam quem pode ser ouvido e quais ideias merecem circulação. O desafio, portanto, é reconstruir pontes para a interação cidadã fora das bolhas digitais através das quais o exercício de se fazer política com o outro – e não a despeito do outro – ganhe novamente sentido.

Vale destacar que este cenário de fragilização democrática não é exclusividade brasileira, mas assume contornos particulares no país. Conforme alertam Levitsky e Ziblatt (2018), a erosão das democracias contemporâneas frequentemente começa não por golpes tradicionais, mas pelo gradual enfraquecimento das normas informais que sustentam as instituições. A respeito disso, não é exagero chamar a atenção para o processo no qual a deseducação política contribui para erodir as bases democráticas. No caso brasileiro, essa dinâmica se potencializa quando, como mostra Benevides (1996), historicamente negligenciamos a educação política como ferramenta de formação para o contraditório, essencial ao jogo democrático. A autora já alertava, em plena redemocratização, que “não há democracia vigorosa sem cidadãos capazes de pensar politicamente” (BENEVIDES, 1996, p. 228), diagnóstico que ganha urgência renovada na era das plataformas digitais. Isso porque há uma necessidade, cada vez mais latente, dos cidadãos pensarem politicamente para além dos seus interesses imediatos e predileções político-ideológicas apaixonadas se a perspectiva for qualificar o processo

político com vistas à execução de projetos de longo prazo. Na lógica das redes sobressai o imediatismo e não o cálculo político racional, fruto de uma reflexão sobre os rumos da coletividade.

Em suma, ao invés de ampliar as possibilidades de interação social dos cidadãos com vistas à qualificação da política e à construção de uma cultura baseada no acompanhamento dos representantes políticos, nas inovações participativas e na oxigenação da democracia representativa, as redes têm distanciado os que são diferentes. Quando os aproxima, comumente ocorre numa perspectiva de confrontos, reiterando aspectos da polarização política na qual a sociedade brasileira ainda continua mergulhada. Diante desse quadro, quais as saídas possíveis?

Certamente, um diagnóstico infalível inexistente. Mas os caminhos passam pela qualificação do processo democrático, mais detidamente no que diz respeito à relação entre os desafios e potencialidades de educar politicamente os cidadãos a fim de capacitá-los a encontrar saídas políticas para as diferenças existentes na sociedade, de modo que não redundem em confrontos sistemáticos insolúveis, mas se convertam em negociações possíveis. Isto é, o caminho da política democrática a partir de princípios focados em tolerância e consciência cívica alicerçados em processos de educação política.

Justamente nesse contexto descrito, iniciativas como a parceria da Engeform Engenharia Ltda. e o Movimento Voto Consciente (MVC) representam tentativas de preencher parte dessa lacuna de formação cidadã voltada à valorização da democracia e ao equilíbrio nas relações entre os diferentes. Ao produzir educação política também no ambiente digital desde 2020, o Programa de Educação Política Engeform enfrenta o duplo desafio identificado na literatura, a saber: i) combater a erosão das normas democráticas (LEVITSKY e ZIBLATT, 2018) através do fortalecimento institucional pela formação de base, voltada à conscientização da importância do convívio democrático, conhecimento sobre as instituições e reflexão sobre os processos políticos vivenciados e; ii) buscar materializar a visão de Benevides (1996) sobre educação política como prática cotidiana de construção da cidadania ativa, a qual recentemente

precisa ser adaptada aos novos códigos da comunicação digital que impõe seus desafios à sociabilidade política.

Conforme lembra Dantas e Almeida (2015), a educação política é uma espécie de dívida histórica do país, sobretudo ao considerar que a transição democrática brasileira (pós-1988) priorizou reformas institucionais e negligenciou a formação política dos cidadãos. Em outros termos, a educação política no Brasil permanece como uma matéria pendente da redemocratização, com consequências diretas, hoje, na qualidade da participação digital contemporânea. Também Lahuerta (2020) alerta para a retração da escola como espaço de formação política que deixa um vácuo ocupado pelas lógicas comerciais das redes sociais – um terreno fértil para a erosão democrática e o acirramento dos confrontos violentos. Portanto, a reconstrução do lugar público da escola na vida de uma sociedade democrática deve emergir como condição para que projetos de educação política digital, por exemplo, não reproduzam as mesmas desigualdades de acesso que marcam o ambiente da vida *offline*.

Mas o desafio de educar para a cidadania em meio às tensões políticas da democracia brasileira não se restringe ao universo educacional dos jovens, sobretudo no ambiente escolar. Há uma geração de adultos que não foram educados politicamente ainda jovens com vistas à atuação como cidadãos, conforme apontam Silva e Luz (2021) ao chamar a atenção para o papel da sociedade civil organizada e, inclusive, das empresas em estimular processos de educação voltados para o fortalecimento da cidadania e a democracia como forma de contribuir para mitigar o déficit cívico, como é o caso do Programa de Educação Política Engeform-MVC.

Diante do quadro exposto, a pergunta que guia o artigo aponta para o desafio evidente: como a educação política pode ser mobilizada para enfrentar os desafios democráticos gerados pela interação política mediada por redes sociais no Brasil? Para responder a essa questão, o artigo analisa a experiência de educação política a partir de um dos eixos do Programa de Educação Política da Engeform-MVC, que vale enfatizar,

trata-se de um programa suprapartidário de formação política levado adiante no âmbito de uma empresa privada.

O eixo em questão é o dos conteúdos de educação política produzidos ao longo do ano de 2024 para a página do Instagram @educacaopoliticaengeform, o qual conta com a assessoria de conteúdo digital e design da Manalais Comunicação e é resultado, direto, da parceria entre a empresa Engeform Engenharia Ltda. e o Movimento Voto Consciente (MVC). Conforme sinalizado, desde 2020 há produção de conteúdos digitais, embora o início do programa tenha ocorrido em 2018 com o objetivo de promover ações de fortalecimento da cidadania e de formação política tanto para o público interno da empresa (seus colaboradores e parceiros) quanto para um público externo, formado pela comunidade virtual através da rede social do programa.

Este artigo tem como objetivo apresentar uma análise descritiva de informações que compõem o último relatório apresentado pela assessoria supracitada a respeito dos seguintes pontos: i) visão geral dos seguidores da página; ii) alcance e impressão acerca das publicações; iii) engajamento e visitas; iv) publicações e stories de destaque. Simultaneamente, relaciona os desafios de se promover educação política no ambiente digital de forma orgânica frente aos desafios democráticos na era digital apresentados anteriormente por referências da área.

## **Educação Política na prática: análise da rede social @educacaopoliticaengeform**

**P**rocessos de educação política por meios digitais não são, necessariamente, uma novidade. Há redes muito potentes e outras ainda promissoras promovendo explicações sobre conteúdos políticos e realizando postagens cotidianamente com foco na conscientização cidadã voltada à qualificação da democracia no ambiente virtual. É o caso, por exemplo, do @politize!, uma organização não governamental (ONG) que possui em abril de 2025 cerca de 168 mil seguidores em sua página do Instagram e mais de 2.470 postagens. Da mesma forma, a Rede Nacional

de Educação Cidadã (@redenec), outra ONG, centrada no impulsionamento do ecossistema de educação cidadã, a qual conta atualmente com 36 postagens e mais de 1.000 seguidores.

A despeito das diferenças em termos de volume de publicações e seguidores das páginas, o que chama a atenção é a proliferação mais recente de iniciativas educacionais voltadas à formação política que buscam ocupar o espaço das redes sociais, as quais tem se colocado como um dos maiores desafios da democracia brasileira, conforme argumentado anteriormente. A página @educacaopoliticaengeform soma-se a esse desafio de promover conteúdos educativos em política, mas possui uma característica diferente do que é mais comumente encontrado: trata-se de uma iniciativa empresarial voltada à conscientização cidadã na medida em que é parte de um programa permanente de educação política mais amplo. Ou seja, não se trata de uma iniciativa da sociedade civil organizada na forma de uma ONG, de projetos relacionados ao Poder Público como comumente há diversos processos educativos a partir de Escolas do Legislativo ou de Escolas de Governo, mas de uma empresa que assume um compromisso de responsabilidade social mediante seus colaboradores a comunidade a ela ligada.

Há diversas empresas nos últimos anos preocupadas em contribuir com a qualificação do voto, a conscientização sobre a participação política eleitoral e a realização de ações pontuais voltadas à educação política. No entanto, o diferencial do Programa de Educação Política Engeform-MVC e do seu eixo voltado à educação política através de uma rede social é o caráter de perenidade do programa.

Embora a página tenha sido criada em 2020 com o objetivo inicial de abrigar vídeos educativos dos chamados Embaixadores da Democracia, conjunto de dezenas de colaboradores da empresa que passaram por um processo formativo específico sob coordenação do MVC de modo mais aprofundado em 2019 e que foram desafiados a produzirem vídeos educativos na forma de uma competição para as redes sociais, os relatórios de acompanhamento anual são mais recentes. Isso porque, com o passar do tempo, a página passou a cumprir com outros objetivos que não

apenas abrigar os vídeos. Por meio dela tem sido produzidos conteúdos periódicos, tais como: lives de debate público com especialistas sobre temas políticos de destaque ao longo dos últimos anos, *quizes* educativos, stories informativos, curiosidades políticas, dicas de livros e conteúdos bibliográficos especializados, glossários políticos, dicas para um voto consciente, explicações sobre políticas públicas específicas, divulgação dos outros eixos do Programa de Educação Política tais como realização de palestras formativas e ações concretas de cidadania, entre outros.

Em 2024 os conteúdos deram conta de toda essa variedade apresentada, sendo importante destacar que os cuidados teórico-conceituais relacionados aos temas trabalhados e a manutenção de uma postura suprapartidária nas publicações resultam de encontros periódicos entre três partes: colaboradores do setor de comunicação da Engeform (responsáveis diretamente pela gestão do programa), coordenação do projeto por parte do MVC e a Manalais Comunicação. Os dados referentes ao relatório de atividades da página @educacaopoliticaengeform de 2024 apontam para as potencialidades e os desafios da educação política no meio digital e devem ser compreendidos levando-se em conta que se trata de uma página que busca crescer de forma orgânica, sobretudo a partir dos seus colaboradores e pessoas ligadas a eles, bem como os que se relacionam direta ou indiretamente com a empresa.

No que diz respeito ao primeiro ponto destacado na seção anterior referente ao relatório, **a visão geral dos seguidores da página**, após o fechamento dos dados em dezembro de 2024, a página já contava com 2.749 seguidores e possuía 853 publicações. Ao longo de todo o ano de 2024 havia conquistado 492 novos seguidores. Ao todo, a base de seguidores cresceu de modo mais tímido, em 2,4% em relação a 2023 quando possuía 2.678. Em 13 de abril de 2025 o número já saltou para 2.899 seguidores, aumento de 150 seguidores quando comparado aos dados de 2024. Apesar do volume de seguidores é importante ressaltar que o crescimento tem sido contínuo nesses anos, o que aponta para a capacidade de gerar engajamento dos conteúdos mesmo frente aos desafios impostos pela lógica algorítmica das redes sociais, as quais conforme

salientado nos apontamentos da literatura valorizam mais conteúdos de indignação do que de reflexão (EMPOLI, 2019). Ainda considerando os dados do relatório de 2024, um dos picos de ganhos de seguidores havia sido no mês de maio (79 novos) a maior parte deles tendo chegado à página do dia 29/05 em uma postagem sobre a lei ao incentivo ao esporte associada às Olimpíadas.

Em relação ao segundo ponto elencado, o **alcance e impressão acerca das publicações**, o relatório da Manalais aponta que em 2024 foram 312.726 contas alcançadas, 40% a mais que em 2023, e 363.835 impressões, 12% a menos que no ano anterior. Alguns conteúdos impulsionados contribuíram para a elevação das métricas a fim de expandir o nicho e o alcance da página. Já no que diz respeito aos *reels*, vídeos curtos e verticais compartilhados pela rede social semelhantes aos identificados no TikTok, eles contribuíram também para a elevação da métrica de impressões. Como no ano de 2024 foram publicados menos conteúdos em formato *reels*, isso impactou diretamente o número de impressões, ficando mais baixo que em 2023.

Portanto, a preocupação exposta no debate teórico de que as linguagens digitais têm sido um verdadeiro desafio à democracia encontra ressonância no comportamento da página, por exemplo. Isso porque algumas formas de exibição dos conteúdos educativos acabam despertando mais a atenção dos usuários do que outras, sobretudo os vídeos quando comparados à conteúdos publicados na forma de carrosséis informativos com explicações mais detalhadas, imagens, infográficos etc. O desafio dos vídeos curtos, refletindo do ponto de vista das contribuições para educar politicamente os usuários é que, por vezes, elaborações mais sofisticadas acerca de temas específicos necessitam da dimensão dialógica mais desenvolvida.

A esfera pública deliberativa teorizada por Habermas (1984), voltada à formação de um espaço discursivo onde cidadãos livres e iguais debatem questões de interesse comum, com vistas à formação de opinião pública racional e à influência sobre o sistema político, se mostra desafiadora no ambiente digital marcado pela simplificação. Uma vez

mais: redes sociais, em tese, potencialmente ampliam o acesso mais livre e igualitário aos conteúdos, mas algoritmos têm criado novas exclusões e, o comportamento dos usuários pode ser uma barreira à lógica argumentativa que está no âmago da educação política cidadã.

Quanto ao terceiro ponto anteriormente apontado, referente ao **engajamento e visitas** à página, em 2024, o engajamento foi de aproximadamente 4.300 interações sendo que as visualizações do perfil apresentaram resultados muito próximos aos de visualizações. No entanto, vale destacar que o relatório aponta que a partir do mês de outubro de 2024 os números começam a crescer radicalmente, por causa de muitos anúncios feitos na plataforma acerca dos conteúdos publicados e como parte da estratégia para atrair mais seguidores utilizando-se também de vídeos e criação de novos quadros na página, o que tem se mostrado eficiente considerando o aumento logo no início de 2025 dos usuários.

Por fim, em relação ao quarto item elencado, **publicações e stories de destaque**, o relatório corrobora a percepção de que os vídeos curtos apontam para o caminho de maior eficiência no Instagram. No entanto, também chama a atenção para a importância de se manter a organicidade nas publicações e junto à comunidade virtual. As publicações em formato *reels*, com produção da própria Engeform que apresentou colaboradores dialogando diretamente com os seguidores, tiveram os melhores resultados durante o ano. Destaque para as publicações com fotos do time da Engeform as quais apresentam melhor desempenho quando comparadas às demais.

Nesse sentido a reverberação de campanhas de caráter cidadão da Engeform repercutiram de modo muito positivo na página, como é o caso das seguintes publicações: campanha de conscientização sobre a importância da doação de sangue; divulgação das atividades relacionadas à segunda edição do programa de formação dos “Embaixadores da Democracia” no âmbito interno das ações de educação política; repercussão de diversas palestras de conscientização sobre o voto e a importância da participação política nas Eleições de 2024 em diversos cantos de obras da empresa; colaboradores da empresa que interagiram

com a campanha que chamava a atenção para a importância da leitura segurando alguns livros em mãos.

Em outros termos, quando os colaboradores da empresa aparecem para a comunidade virtual, da qual eles também são parte, a comunidade reage de modo positivo. Isso aponta para a necessidade, ainda mais intensa, de formar esses líderes da empresa para que eles mesmos possam difundir conteúdos educativos de Educação Política na comunidade virtual ampliada, a qual provavelmente os identifica como pares, o que gera espontânea aproximação. Ainda em 2024 ocorreu também uma ação de cidadania na empresa voltada ao estímulo para a regularização do título de eleitor em todas as suas unidades. A postagem referente à essa ação contou com 88 publicações nos stories, sendo que as de maior destaque foram os stories com fotos de colaboradores da empresa segurando o título de eleitor (físico ou virtual) em mãos.

## Considerações Finais

O estudo da experiência da página @educacaopoliticaengeform revela tanto os limites quanto as possibilidades da educação política em ambientes digitais marcados por lógicas algorítmicas que privilegiam o engajamento em detrimento da reflexão. Como demonstrado na análise, os dados de 2024 vão ao encontro da tese de Empoli (2019) e Moore (2022) sobre a arquitetura das plataformas: conteúdos simplificados em formato de vídeos curtos (reels) tiveram desempenho significativamente superior a materiais mais densos, como carrosséis explicativos. Esse cenário coloca um dilema prático – como conciliar a necessidade pedagógica de aprofundamento com as demandas da comunicação digital? A resposta parece estar, como sugere Benevides (1996), na capacidade de traduzir conceitos complexos para linguagens acessíveis sem perder o rigor teórico, estratégia que o Programa de Educação Política Engeform-MVC começou a explorar ao associar temas institucionais a possibilidades de intervenção prática no cotidiano (como a campanha dos títulos de eleitor), obtendo mais interações nos *stories*.

Por outro lado, o crescimento orgânico da página de 2,4% em 2024 evidencia os desafios de se construir uma esfera pública deliberativa (HABERMAS, 1984) em plataformas digitais que são marcadas por uma cultura do entretenimento e exploradas com finalidades comerciais. Apesar do alcance de 312.726 contas, a baixa penetração em novas bolhas (apenas 15% dos alcançados eram não seguidores) reforça o diagnóstico de Sunstein (2017) sobre as câmaras de eco. Contudo, a experiência analisada também aponta caminhos importantes: a participação direta dos colaboradores da Engiform nos conteúdos mostrou-se eficaz para gerar identificação e engajamento autêntico, sugerindo que a educação política corporativa pode ser uma via para romper a barreira da desconfiança que marca o ambiente digital – especialmente quando, como destacam Levitsky e Ziblatt (2018), as normas informais da democracia estão sob erosão.

Por fim, a iniciativa estudada demonstra que o setor privado pode desempenhar um papel inovador na educação política, conforme já alertava Dantas e Almeida (2015) sobre a dívida histórica brasileira nessa área. A perenidade do programa (desde 2018) e sua adaptação contínua aos códigos digitais, como a criação de quadros temáticos e o uso estratégico de impulsionamentos, mostram que é possível conciliar sustentabilidade institucional com relevância pedagógica. Embora não substituam políticas públicas de larga escala, experiências como a do Programa de Educação Política Engiform-MVC oferecem lições cruciais para um momento em que, como lembra Lahuerta (2020), a escola tradicional já não é o único espaço de formação cidadã e, dentro dela, tem ocorrido um esvaziamento dos conteúdos políticos motivados por reações em linha com interpretações reacionárias sobre os educadores e o papel da educação como produção de mão de obra qualificada ao invés de desenvolvimento seminal para o fortalecimento da cultura cívica. O desafio que permanece é como escalar essas iniciativas sem perder sua organicidade, uma questão que demanda novas pesquisas sobre modelos híbridos de educação política na era digital. Se as redes sociais são parte do problema da democracia digital, experiências como a aqui

analisada provam que podem ser também parte da solução. Desde que guiadas por princípios pedagógicos claros e que possuam compromisso genuíno com o interesse público.

## Referências

BENEVIDES, M. V. M. Educação para a democracia. **Lua Nova: Revista de cultura e política**, p. 223-237, 1996.

DAHL, R. **Sobre a democracia**. Brasília: Editora UnB, 2001.

DANTAS, H.; ALMEIDA, R. E. Educação política no Brasil: desafios aos 30 anos de democracia. **Conexão Política**, v. 4, n. 1, 2015.

EMPOLI, G. **Os engenheiros do Caos** – como as *Fake News*, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições. Tradução Arnaldo Bloch. 1ª ed. São Paulo: Vestígio, 2019

HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

LAHUERTA, M. Educação e política no contexto da crise contemporânea: formação para a vida civil e o lugar público da escola. In: BOTO, Carlota et. al (Orgs.). **A escola pública em crise**: inflexões, apagamentos e desafios. São Paulo: Livraria da Física, 2020, p. 355-380.

LEVITSKY, S.; ZIBLATT, D. **Como as democracias morrem**. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

MOORE, M. **Democracia hackeada**: como a tecnologia desestabiliza os governos mundiais. São Paulo: Editora Hábito, 2022.

PUTNAM, R. D. **Comunidade e democracia**: a experiência da Itália moderna. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1996.

SUNSTEIN, C. R. **#Republic**: divided democracy in the age of social media. Princeton: Princeton University Press, 2017.

---

**Bruno Souza da Silva** · Doutorando, mestre e graduado em Ciências Sociais (UNESP/Araraquara). Pesquisador do Laboratório de Política e Governo (UNESP/Araraquara). Diretor do Movimento Voto Consciente (MVC) e coordenador do Programa de Educação Política Engeform. Professor há mais de uma década, ministrando aulas em diferentes disciplinas do Ensino Médio à Pós-Graduação em diversas instituições (UNESP, FESP-SP, Colégio Conexão Jau e Colégio Natureza). Professor de cursos livres de Educação Política (KAS e Oficina Municipal). Comentarista de Política do Grupo EP nas rádios CBN Campinas e Ribeirão Preto. Colunista do blog Legis-Ativo, parceria entre o MVC e o Congresso em Foco. Contato: bruno-souza.silva@unesp.br