

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS
BACHARELADO INTERDISCIPLINAR EM CIÊNCIAS HUMANAS

João Vitor de Lacerda Gonzaga

UMA ANÁLISE DAS REDES SOCIAIS NA POLÍTICA BRASILEIRA

Artigo apresentado ao Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel (Trabalho de Conclusão de Curso). Orientador: Prof. Dr. Raul Francisco Magalhães

Juiz de Fora
2017

DECLARAÇÃO DE AUTORIA PRÓPRIA E AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

Eu, João Vitor de Lacerda Gonzaga, acadêmico do Curso de Graduação Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal de Juiz de Fora, regularmente matriculado sob o número 201473037A, declaro que sou autor do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado **Uma Análise das Redes Sociais na Política Brasileira**, desenvolvido durante o período de 20/02/2017 a 03/07/2017 sob a orientação de Raul Francisco Magalhães, ora entregue à UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA (UFJF) como requisito parcial a obtenção do grau de Bacharel, e que o mesmo foi por mim elaborado e integralmente redigido, não tendo sido copiado ou extraído, seja parcial ou integralmente, de forma ilícita de nenhuma fonte além daquelas públicas consultadas e corretamente referenciadas ao longo do trabalho ou daquelas cujos dados resultaram de investigações empíricas por mim realizadas para fins de produção deste trabalho.

Assim, firmo a presente declaração, demonstrando minha plena consciência dos seus efeitos civis, penais e administrativos, e assumindo total responsabilidade caso se configure o crime de plágio ou violação aos direitos autorais.

Desta forma, na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Juiz de Fora a publicar, durante tempo indeterminado, o texto integral da obra acima citada, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação do curso de Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas e ou da produção científica brasileira, a partir desta data.

Por ser verdade, firmo a presente.

Juiz de Fora, ____ de _____ de _____.

João Vitor de Lacerda Gonzaga

UMA ANÁLISE DAS REDES SOCIAIS NA POLÍTICA BRASILEIRA

AN ANALYSIS OF SOCIAL NETWORKS IN BRAZILIAN POLICY

João Vitor de Lacerda Gonzaga¹

RESUMO

O trabalho apresenta uma análise das redes sociais no comportamento político do brasileiro. A partir do entendimento que as redes sociais são o mecanismo mais dinâmico criado pela internet até então. O presente estudo tentara identificar os agentes influenciadores do comportamento político através da internet e das redes sociais como um todo. Compreende-se que a ampla difusão dos usuários nas redes sociais permitiu assinalar uma tendência para os próximos anos. Trata-se de uma mudança gradual do compartilhamento excessivo do “eu”, para questões mais globais, com maior aproveitamento político e social em detrimento do puro narcisismo dos primeiros anos das redes sociais. Também será apresentada a diferença criada pelo modelo multidirecional da internet, misturando o papel entre receptores e criadores de conteúdo na produção de informação e sua consequente influência na opinião pública. Por fim, o trabalho pretende imaginar um possível cenário no comportamento político apostando na maior integralização dos indivíduos ainda desconectados e sua gradual conscientização sobre temas de importância social.

Palavras Chaves: Rede Social, Internet, Smartphone, Fake News, Brasil

ABSTRACT

This work presents an analysis of social networks in the Brazilian political behavior. From the understanding that social networks are the most dynamic mechanism created by the internet until then. This study has attempted to identify the influencing agents of political behavior through the internet and social networks as a whole. It is understood that the wide diffusion of the users in the social networks allowed to signal a tendency for the next years. It is a gradual shift from excessive sharing of the "I" to more global issues, with greater political and social advantage to the detriment of the sheer narcissism of the early years of social networks. It will also be presented the difference created by the multidirectional model of the internet, mixing the role between receivers and creators of content in the production of information and its consequent influence on public opinion. Finally, the paper intends to imagine a possible scenario in the political behavior betting on the greater payment of the still disconnected individuals and their gradual awareness on issues of social importance.

Keywords: Social Networking, Internet, Smartphone, Fake News, Brazil

INTRODUÇÃO

A informação é a base de todo o conhecimento, quem detém a fonte de notícias controla o conhecimento geral. Eis aqui uma verdade que atravessa os tempos, informação é poder. O presente trabalho tem por intuito desbravar as relações que as redes sociais exercem na política e qual o papel que os antigos e novos mecanismos de mídia exercem na opinião pública. Pretende-se clarear a nem sempre evidente influência das redes sociais no pensamento das pessoas. Com a eleição nos Estados Unidos em 2016 e com os tramites políticos no Brasil, em especial a operação Lava Jato, a importância da internet na formação da perspectiva crítica aumentou exponencialmente. Notícias falsas e desinformação deixaram de ser parte obscura da rede, perderam sua conotação humorística para tornarem-se ferramentas de batalha ideológica entre grupos amplamente antagônicos.

Com o avanço da acessibilidade digital, formou-se um amplo número de usuários que, em geral, não dispõem de capacidade crítica para separar o verdadeiro do falso. Segundo o dicionário Oxford, a palavra do ano de 2016 é pós-verdade. Segundo o dicionário essa palavra se relaciona ou denota circunstâncias nas quais fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião pública do que apelos à emoção e a crenças pessoais. Nesse novo contexto comportamental, temos usuários das mais variadas idades em harmonia com o processo de pós-verdade. Pudemos ver, claramente, durante as manifestações pró-impeachment da presidenta Dilma Rouseff em 2016. Nessa época, as redes sociais exerceram papel crucial no desenrolar do processo político, uma vez que, conteúdos amplamente divulgados (nem sempre verdadeiros) tinham alcance impressionante, fazendo o processo da angariação do apoio político, muito mais dinâmico do que há alguns anos atrás. Em poucos dias, ou até mesmo horas, era possível sair do *smartphone* para a rua, e por consequência, o efeito das redes sociais no mandato presidencial foi devastador.

¹ Graduando em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF. E-mail: joaovlg@outlook.com. Artigo apresentado ao Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel. Orientador: Prof. Dr. Raul Francisco Magalhães.

As eleições presidências de 2016 e 2017, nos Estados Unidos e França respectivamente, expuseram a problemática das *Fake News* na opinião política das pessoas. Fala-se sobre essa questão em diversos grupos jornalísticos, devido o entendimento que uma desinformação pode causar no comportamento das massas. De fato, a rotina é consideravelmente saturada de sites e aplicativos que a todo o momento pipocam nas telas dos aparelhos eletrônicos, trazendo toda a espécie de conteúdo, deixando o processo de informação mais dinâmico, porém, ao mesmo tempo, a própria flexibilidade traz perigos. Assim sendo, o presente trabalho tentará explicar porquê o comportamento digital atual é uma tendência para o futuro, avaliando qual será a consequência para as eleições, os mandatos políticos como um todo, e até onde a internet pode empoderar os indivíduos na luta por uma política social mais justa.

1- Comparação entre mídias unidirecionais e multidirecionais

A internet surgiu no início dos anos 1990, graças a Timothy John Berners-Lee que conseguiu com sucesso realizar a primeira conexão em hipertexto, ou mais comumente conhecida como HTTP, um tipo de protocolo digital. Desde então, a internet vem ganhando espaço e importância na rotina das pessoas ao redor do mundo. Mesmo em locais remotos, como nas regiões montanhosas, ou em áreas de alta concentração florestal, a internet tornou-se um dos principais mecanismos de comunicação, mobilização política e social. Mas antes que nos aprofundemos nas qualidades da *Web*, vale comparar as características da televisão, que até alguns anos atrás era indiscutivelmente o principal veículo de informação. Ainda compreenderemos que, o jornalismo foi e continua sendo o principal meio produtor de informação, apesar de disputar espaço com agentes individuais ou coletivos que desejam inserirem-se como os novos criadores de conteúdo. Também será demonstrado o motivo pelo qual o jornalismo manteve o status de confiabilidade para quem pretende aprofundar-se nas notícias com segurança.

A história das mídias modernas começa nos anos 1950 e principalmente 1960 quando a televisão se torna o novo mecanismo de difusão de informações. O impacto do televisor no imaginário popular e sua eficácia de transmissão tornaram-na o meio mais popular durante toda a segunda metade do século XX. Inúmeros programas surgiram nessa época, alguns de auditório, outros musicais e principalmente jornalísticos. É desse período o surgimento do Jornal Nacional, da rede de televisão Globo, o qual é de longe o jornal mais popular entre os telespectadores brasileiros. Graças ao televisor, os telespectadores viram o homem ir à lua, também presenciaram a queda do governo pró-ocidente no Irã, assim como detalhes da Guerra do Vietnã, entre outros eventos históricos. Tornou-se possível uma ampla assimilação, graças as imagens transmitidas 24 horas por dia de qualquer parte do planeta:

Durante esse período, a TV, que chegara ao País em 1950, tornou-se um meio de comunicação de massa, fortalecido pela possibilidade de realizar transmissões ao vivo a longas distâncias e em cores, com o desenvolvimento das telecomunicações na década de 1970. Paralelamente, o crescimento econômico que caracterizou o final dos anos 1960 e grande parte da década seguinte, em particular a expansão industrial, foi acompanhado pela aceleração do processo de urbanização (é nessa época que a população urbana supera a rural) e pela redução do analfabetismo (que se tomou inferior a 40% em 1960) (ANJ, 2013, p. 12).

O jornal impresso, o rádio e pôr fim a televisão são os três grandes mecanismos de informação do século passado. Alcançaram sua posição e ainda persistem em meio ao público. Dentre estes, a televisão é a que continua mais relevante. Segundo pesquisa da secretaria de comunicação social da presidência da república:

Maior levantamento sobre os hábitos de informação dos brasileiros, a "Pesquisa Brasileira de Mídia 2015" revela que a televisão segue como meio de comunicação predominante, que o brasileiro já gasta cinco horas do seu dia conectado à internet e que os jornais são os veículos mais confiáveis (SECOM, 2015, p. 07).

Como visto, a televisão ainda é altamente relevante nos hábitos de informação do brasileiro, como enfatiza o Digital News Report 2016. Porém, é visível o papel que a internet vem desempenhando para sobrepor-se a todos os antigos meios de informação. Apesar de certas limitações enfrentadas quando se trata de levar conexão as pessoas que vivem em áreas isoladas e de difícil acesso, a internet é o mecanismo mais versátil inventado até então. Diferente dos outros modelos que exigem enorme quantidade de dinheiro e inúmeras questões burocráticas como favorecimentos, licitações, dentre outras, não é necessário muito mais que uma conexão à internet e um computador ou *smartphone* para participar desse universo digital. Desde já, é importante esclarecer que, a grande diferença da internet para os outros meios é o fato de ela dar a real possibilidade de participação. Sua estrutura difere da televisão, por exemplo, a qual o telespectador tem a possibilidade de ligar para um programa e participar brevemente. Pode aí haver vários

impedimentos, para além do preço, as estratégias envolvidas na filtragem das perguntas ou na possibilidade de lucro em manter o usuário na linha.

Tendo em vista o potencial de participação de cada cidadão do planeta, a internet é um sistema que podemos considerar multidirecional, onde cada usuário é um agente criador e influente. As antigas mídias, sempre tiveram uma posição unidirecional, apesar de alguns periódicos aceitarem contribuição de terceiros. Entretanto, não há escala aproximada da diferença entre aceitar material enviado por terceiros e sair em busca dessa informação pela internet e principalmente, pelas redes sociais. Não que cada pessoa tenha se tornado um jornalista de fato, com as mesmas qualidades editoriais e afins, no entanto, os papéis estão mais suscetíveis a se misturarem. Fato é que desde as guerras do Iraque e Afeganistão, houve crescimento do número materiais incriminadores que foram feitos usando telefones celulares e transmitidos na internet. O principal motivo é o fato de certos jornais e grandes grupos de mídia terem sua própria agenda, e por essa razão, decidirem o que vale a pena ou não que seja de conhecimento público.

Essa e outras questões tornam a internet um mecanismo muito mais poderoso que os antigos veículos de informação. Claro está que, a internet também pode ser usada para fins menos nobres como será explicado mais adiante. De toda forma, é interessante citar brevemente alguns exemplos. No primeiro caso, tivemos a deposição da presidenta Dilma Rouseff devido às acusações de crime de responsabilidade fiscal. Durante esse período, a desinformação e a criação premeditada de falsas notícias foi o golpe fatal na popularidade da presidenta. Tudo amplamente distribuído nas redes sociais. No segundo caso, nos Estados Unidos, o Facebook contribuiu na derrota de Hillary Clinton (CARSON, 2017) trilhando o caminho para a vitória de Donald Trump. Informações distribuídas na época e posteriormente às eleições dão crédito às notícias falsas e vazamentos de e-mails comprometedores como gatilho da derrocada da rival republicana.

As consequências não tardaram e o Facebook lançou uma campanha para ensinar os usuários a como reconhecerem notícias falsas e evitarem a viralização das mesmas (GOMES, 2017). Em virtude do que foi mencionado, é fácil entender o papel que as redes sociais já exercem e que, com certeza, aumentará com o passar dos anos feita à gradual assimilação das pessoas que ainda estão desconectadas. Cabe agora analisar mais detalhadamente qual o papel que as redes sociais exercem no comportamento dos usuários e o que as tornam hoje umas das ferramentas mais interessantes e controversas do nosso século.

2 - O que são as redes sociais e porque o Facebook é diferente.

Muito se discute a importância que as redes sociais exercem atualmente no cotidiano das pessoas. Elas estão na rotina, no trabalho, nos mercados, por todas as partes. Poucas são as pessoas que acessam a internet e não criaram perfis em alguma das inúmeras opções espalhadas pela rede. As primeiras redes sociais datam de meados da década de 1990, entretanto, só no início dos anos 2000 (Digital Trends, 2016) é que o hábito de acessar esses sites cai no gosto dos internautas. Uma das razões era a ainda escassa acessibilidade digital, sendo a conexão em banda larga uma realidade distante para muitas pessoas, além da incapacidade de pagar por produtos e serviços caros, algo comum no Brasil. Nesse período, os principais sites eram o Myspace e o Orkut. O Facebook ainda estava em estágio de desenvolvimento e portanto não era representativo até meados de 2007. Desde então, é visível como o site do bilionário Mark Zuckerberg vem desbancando os demais concorrentes e consolidando sua posição como a rede social mais popular do mundo. Segundo Fábio Duarte

Rede Social é uma estrutura social composta por pessoas ou organizações, conectadas por um ou vários tipos de relações, que compartilham valores e objetivos comuns. Uma das fundamentais características na definição das redes é a sua abertura, possibilitando relacionamentos horizontais e não hierárquicos entre os participantes (DUARTE, 2008, p. 156).

O Facebook destaca-se entre as redes sociais pelas variadas possibilidades de interação entre agentes públicos e privados como os políticos, cidadãos e empresários. Além disso, tornou-se possível analisar uma alta quantidade de dados estatísticos sobre a recepção pública das mensagens, sejam elas comerciais ou políticas. Antes, esta função era atribuída a alguma empresa especializada em levantamento de dados. Entretanto, hoje é o Facebook quem fornece todas as ferramentas necessárias. A comodidade que poucos cliques podem trazer no tocante a qualidade da informação, é fenômeno poderoso para políticos que querem fazer-se ouvidos pelas redes sociais como fez Barack Obama, na sua primeira campanha à presidência, sendo o primeiro presidente a massivamente fazer uso das redes sociais em campanha política.

Para os políticos, mas também, para empresários e outros agentes influentes, as capacidades estatísticas das redes sociais possibilitam que o público alvo seja atingido. É evidente a necessidade da mensagem política ser direcionada a um público distinto uma vez que, as ideias que cativam os jovens não terão o mesmo efeito em pessoas de maior idade. Contudo, as possibilidades de acesso direto ao público também podem trazer consequências

imprevistas. O atual presidente dos Estados Unidos Donald J. Trump utilizou massivamente o Twitter durante sua campanha à presidência, segundo suas próprias palavras:

"I like it because I can get also my point of view out there, and my point of view is very important to a lot of people that are looking at me,"

Os eleitores do presidente Donald Trump apoiaram a exposição direta dos seus pensamentos, em vez da utilização de um canal oficial de comunicação. A facilidade, contudo, com que o presidente Trump proferiu suas mensagens pelo Twitter causou um efeito duplo. Por um lado, conquistou o apoio do eleitorado mais conservador, mas por outro, deixou exposta sua incapacidade de velar por uma agenda ampla e inclusiva, razão pela qual perdeu apoio dos jovens, em contraste com seu popular predecessor Barack Obama. De toda forma, o Facebook demonstra, através de material vazado por agentes internos, ou por análise de grupos de pesquisa, que seu objetivo é o controle da informação. Por essa razão, podemos imaginar quais não serão os interesses sobre o que é visto pelos usuários, moldando o comportamento político dos mesmos.

3 – Os smartphones como ferramentas políticas

Outro ponto a levar em consideração são as tecnologias hoje utilizadas no acesso à internet. Os *smartphones*, já são mais populares que os computadores e tablets juntos. A venda dos *smartphones* cresce anualmente, enquanto os computadores vão gradualmente tornando-se objetos menos desejados, limitando-se às produções de conteúdo visual, jogos eletrônicos, controle de tráfego, etc. O grande diferencial está justamente na portabilidade, os telefones moveis são mais flexíveis, nesse sentido, do que os PCs em todo seu tempo de existência. Por grupo etário, jovens em geral tem alta adesão aos *smartphones*, enquanto os mais velhos sentem-se mais confortáveis com os computadores. Não é de espantar, afinal, o PC está no mercado há mais de 30 anos.

A mobilidade e o acesso à rede tornam os telefones inteligentes à ferramenta mais dinâmica do nosso século para a comunicação. Esses aparelhos permitem estar em qualquer local e dessa forma, não importa em que parte do mundo, é possível transmitir uma manifestação ao vivo ou divulgar para que todos possam ver em suas redes sociais um ato ilegal, uma falha do comportamento humano que é de interesse geral, como por exemplo, os excessos cometidos pela polícia mundo afora. A importância das redes sociais está cada vez mais intrinsecamente ligada à popularização dos *smartphones*.

Estar dentro do acontecimento se traduz em uma forma discursiva, contraposta ao modo atual do jornalismo em cobrir distanciado dos protestos sociais (MALINI e ANTOUN, 2013)

Emblematicamente, temos a primavera árabe, a qual em 2011 a partir da Tunísia incendiou o Norte da África e parte do Oriente Médio. Vídeos divulgados a partir de cada país foram feitos utilizando as câmeras dos *smartphones*, já que em muitas zonas de conflito a imprensa internacional não tinha possibilidade de agir. Tornou-se evidente que o conteúdo produzido por amadores tivera amplo valor informativo, uma vez que estando inseridos nas situações em acontecimento, puderam entregar em primeira mão os fatos, sem os filtros típicos do jornalismo tradicional. Ainda convém lembrar que, o material produzido pelos manifestantes da primavera árabe foi massivamente divulgado utilizando as redes sociais, em especial, Facebook, Youtube e Twitter.

Ainda hoje com a guerra da Síria, conflito que já se arrasta por seis anos, inúmeras violências cometidas pelo exército nacional ou forças rebeldes ao regime do ditador Bashar Al-Assad, foram amplamente compartilhados na internet. Imagens de pessoas aniquiladas pelo uso de gás Sarin rodam as redes sociais e influenciam na opinião pública mundial, pressionando a agenda de certas nações, em especial os Estados Unidos, para agirem contra a destruição da Síria.

No ano de 2013 ocorreu no Brasil um dos eventos políticos de maior magnitude, uma vez que milhares, e em alguns casos, milhões de pessoas foram às ruas nas grandes cidades para protestar contra o governo. A insatisfação deu-se pelo aumento das passagens dos ônibus coletivos, sendo em São Paulo onde o movimento expandiu-se. A partir desse momento, manifestantes protestaram nas ruas clamando pela redução da tarifa, onde foram prontamente reprimidos pelas forças policiais. Durante as manifestações diversos vídeos rodaram as redes sociais, quase todos feitos utilizando *smartphones*. As filmagens continham imagens perturbadoras da truculência policial que em inúmeros casos reprimiu com sprays de pimenta, balas de borracha, detenção arbitrária e até mesmo acusação de terrorismo, no emblemático caso do morador de rua que portava em sua mochila substâncias defensivas contra os efeitos do gás policial e dos sprays. O conteúdo da mochila, entretanto, foi classificado como agente explosivo, ocasionando na prisão do manifestante.

No ano de 2013 os *smartphones* tiveram papel fundamental, ao lado das redes sociais, em fazer a divulgação de material político contra as forças policiais e consequentemente, contra o governo que encobria os agentes da repressão. A mídia tradicional, em especial, a rede de televisão Globo, criticou continuamente as manifestações, só abrandando o tom quando jornalistas credenciados também foram vítimas da agressão policial. Não fossem as novas ferramentas de comunicação e os telefones inteligentes, a visão que o público brasileiro teria das manifestações ficaria como aspecto desejado pela rede de televisão. As manifestações permitiram notar o poder de ação que os manifestantes portavam ao filmar a prisão de seus companheiros, identificando policiais que não portavam o nome junto ao uniforme, procedimento obrigatório, mas, não respeitado durante os momentos críticos do protesto.

[...] uma dimensão muito presente no interior dos movimentos sociais contemporâneos: a crítica à imprensa tradicional por difundir informações enviesadas, em sua maioria criminalizantes, sobre as manifestações contra o *establishment*. Uma posição conservadora que acaba por impedir que o jornalismo entre nos movimentos, engrossando a necessidade dos ativistas criarem seus próprios veículos para não serem retratados a partir de um olhar ruim que vai associá-los à baderna, à desocupação e à promoção da desordem pública. Estes argumentos proliferam na imprensa quando as mobilizações atingem um grau elevado de críticas ao poder instituído (MALINI e ANTOUN, 2013).

Esse episódio, em conjunto com outros de menor reconhecimento, demonstra o papel exercido pelo *smartphone* quando aplicado a uma ação política e social. A primavera árabe deu o tom, e ao redor do mundo as pessoas foram assimilando as possibilidades que a poderosa parceria entre novas tecnologias e novas mídias lhes oferecia como resistência ao governo de cada nação, não importando ser regime militar ou democracia, pois o anseio por igualdade e justiça não escolhe bandeira quando se desafia o poder estabelecido.

4 – O ambiente político nas redes sociais; viralização, *fake news* e efeito bolha.

No caso brasileiro, está em evidência o recente caso da operação Lava Jato, a qual se investiga o maior esquema de corrupção nacional até então. Estão envolvidos empresários e políticos de diversos partidos, entre deputados, governadores, senadores e o atual presidente interino Michel Temer. Durante os dias anteriores que se deram ao impeachment de Dilma Rouseff, as redes sociais viveram uma verdadeira batalha ideológica entre os que eram a favor ou contra a saída da presidenta. O arsenal utilizado pelos grupos rivais era dos mais variados; paneladas, coreografias, patos amarelos, frases de efeito, etc. Além que, em variadas situações foi pedida a retomada dos tempos de chumbo pelo exército. Do outro lado, menos espalhafatoso que os que desejavam a saída da presidenta, os mecanismos utilizados, assim como os rivais, baseavam-se nas redes sociais, convocatórias para ir às ruas em protesto, além de palestras com a finalidade de informar a população sobre qual seriam os fatos por trás do jogo das cadeiras em Brasília.

É importante aprender do que foi mencionado o papel das novas mídias na capacidade de influenciar a opinião pública. Existem no Facebook comunidades ativas sobre os mais diversos assuntos, e quando se trata de política não cessam as diferenças. Em relação aos momentos que precederam a deposição da presidenta, dois grupos se gloriavam para atrair a atenção dos internautas e somarem na sua causa o maior número de pessoas. Eram eles o #Vempraruabrasil e o #Nãovaitergolpe, grupos completamente antagônicos. Nessa época, ambas as páginas estavam empenhadas em espalhar material político para promoverem a própria causa e denegrir a do rival. Não foram poucas as falsas notícias espalhadas pela rede, causando alvoroço sempre que atingiam alto número de aprovação pelos que compartilhavam a (des)informação.

A conversação em rede [...] ao contrário do diálogo, não há na conversação qualquer impulso de catequese ou de conversão. Há uma luta que gira em torno do interesse comum de diferentes parceiros, com mundos, territórios e populações incompatíveis. A conversação pressupõe combates e resistências. Elas se desenvolvem por tão longo tempo que ao final já não sabemos se ainda estamos em guerra ou se já tratamos da paz. As diferentes comunidades virtuais asseguradas pelos grupos de discussão se reúnem nos movimentos sociais, constituindo o território de uma controvérsia mapeável em rede. A conversação através das controvérsias disputa a primazia em um espaço público (MALINI e ANTOUN, 2013).

Outro fenômeno a levar-se em conta é a viralização das notícias. Ocorre com qualquer conteúdo que rapidamente se dissemina pela internet, recebendo esse nome por agir tão velozmente quanto o componente biológico. A viralização, vale ressaltar, exerce enorme influência sobre a opinião pública. Podemos citar como exemplo as

seguintes notícias “Médico do PT diz que Lula está com amnésia e não vai poder depor nunca mais”; “Polícia descobre fazenda gigante de Dilma no Mato Grosso” ou ainda, “Eduardo Cunha ameaça a todos, se cair leva Temer e mais 150 deputados” (ARAGÃO, 2017). Notícias como as citadas anteriormente receberam mais engajamentos nas redes sociais do que materiais verificados e confiáveis. Por exemplo, enquanto a notícia que José Serra ganhou R\$ 23 milhões via caixa dois recebeu pouco mais de 200.000 engajamentos no Facebook, a matéria anteriormente mencionada sobre a amnésia do ex-presidente Lula teve quase 550.000 engajamentos!

Em razão dos efeitos daninhos das notícias falsas e seu alto potencial viral, as redes sociais decidiram lutar contra os detratores que enganam usuários pouco cuidadosos e mal informados. O Brasil e os Estados Unidos, como mencionado anteriormente, tiveram recentemente casos políticos que foram essencialmente influenciados pelas *fake news*. No Brasil, ajudou no processo de impeachment da presidenta Dilma, ao passo que no vizinho ao norte contribuiu na eleição do controverso Donald Trump. Percebe-se, portanto, a influência das falsas notícias no cenário político. No caso dos Estados Unidos, ainda há o agravante da participação Russa, fato que foi amplamente investigado a respeito de como o Kremlin haveria ajudado a derrubar a rival Hillary Clinton. Os russos, além de divulgarem notícias falsas nas redes sociais, utilizaram robôs, os conhecidos Bots (WILLIAMS, 2017), para enviar insensatamente informação pelos canais da internet levando a intervenção na política externa a um novo patamar.

As notícias falsas, contudo, não são novidades. Segundo artigo do jornal El País (DARNTON, 2017) o costume da difamação é mais antigo do que se costuma pensar. Existem registros de histórias mal-intencionadas por todas as épocas, sendo “Os protocolos dos sábios de Sião” um dos mais emblemáticos falseamentos do século passado. Trata-se de um documento forjado, baseado em ideias ficcionais sobre um plano judaico e maçom para a dominação mundial através do extermínio do ocidente. Tais concepções antisemitas que deram origem a este suposto documento conspiratório serviram de combustível para o discurso nazista durante os tempos de Hitler na Alemanha. Compreende-se que, as notícias falsas têm em geral uma motivação, financeira ou política, que torna a sua ampla difusão uma questão de atenção para todos, afim que não nos tornemos reféns de fatos obscuros e improváveis. Segundo pesquisa publicada pelo instituto Reuters (NEWMAN, 2017) nos próximos anos haverá aumento de ferramentas para a verificação de conteúdo duvidoso. Espera-se que tais mecanismos diminuirão casos de desinformação como ocorreram no Brasil e nos Estados Unidos.

Existe ainda outro agravante na forma como as pessoas recebem informação, trata-se do efeito bolha. Acontece quando o usuário por decisão própria filtra conteúdo que acredita ser ofensivo ou ir contra seus ideais, ou ainda, devido ao trabalho de um *script* de computador. *Scripts* são códigos de programação que agem de forma autônoma, ou seja, baseado no perfil de cada usuário, nos seus hábitos de consumo, o programa analisa o comportamento de cada pessoa e decide o que é ou não relevante em termos de informação. Em ambos os casos, o usuário está diminuindo sua margem de conflito, o que não é saudável em um governo democrático, onde pessoas que pensam distintamente podem dialogar e chegar a um acordo em comum. Segundo pesquisa sobre o ambiente político nas redes sociais nos Estados Unidos

Most users try to ignore political arguments on social media as best they can; when that fails, they take steps to curate their feeds and avoid the most offensive types of content. When ignoring problematic content fails, social media users tend to utilize technological tools to remove troublesome users from their feeds entirely. Nearly one-third of social media users (31%) say they have changed their settings in order to see fewer posts from someone in their feed because of something related to politics, while 27% have blocked or unfriended someone for that reason. Taken together, this amounts to 39% of social media users – and 60% of them indicate that they took this step because someone was posting political content that they found offensive (DUGGAN; SMITH, 2016, p.04).

Apesar de a pesquisa ter sido realizada dentro do panorama político dos Estados Unidos, acredita-se ser possível estender a publicação para o cenário nacional. O usuário brasileiro das redes sociais também costuma excluir quem diverge do seu pensamento, ou diminui a quantidade de material considerado ofensivo. Não é difícil imaginar que a tendência de uma população que só ler metade da história seja tomar más decisões, baseadas em fatos não amplamente apurados, quando não, totalmente submersos por notícias que os *scripts* acreditam ser a melhor para cada um.

Existem na internet alguns sites que se dizem especialistas no descobrimento de *fake news*. Essas páginas aparentemente aumentaram sua presença na rede durante a campanha presidencial nos Estados Unidos, reflexo da alta quantidade de desinformação que circulava pela internet. Em momentos assim, é comum questionar-se como é possível que tantas notícias falsas possam existir e como obter um mecanismo de autenticação. Um fator comum é que uma notícia que está amplamente divulgada, mas não se encontra nos principais portais de jornalismo tem alta possibilidade de ser uma falsidade. Segundo pesquisa realizada em 2015 pela The Media Inside Project (Young, 2015)

os jovens, também conhecidos como Millennials obtêm informação por uma ampla gama de sites e aparelhos eletrônicos o que os torna de longe, a geração com maior potencial de informação até então. Apesar dos novos hábitos de informação serem dinâmicos e ricos de conteúdo, estes podem conter fatos duvidosos. Porém, uma parcela desses jovens (ibid) está aprendendo a usar sites confiáveis de jornalismo para checar a veracidade das notícias.

A confiabilidade editorial é amplamente discutida em recentes debates pela internet e por veículos tradicionais de informação. Fato é que os jovens são mais suscetíveis a informação encontrada na internet, sendo eles, a faixa etária que sofre maior influência por conteúdo distribuído na Web

Younger adults tend to rely much more heavily than older adults on social media as a source of campaign news, but older users more than hold their own when it comes to discussing or commenting on political issues on these sites (DUGGAN; SMITH, 2016, p.08).

Quando observamos o comportamento do Facebook na distribuição de notícias, podemos questionar qual o papel que o site exerce na formação da opinião pública, uma vez que, o procedimento para que uma notícia apareça na *timeline* dos usuários não é necessariamente uma questão de ordem de publicação. O que é importante notar é justamente o fato de inúmeras variáveis serem mais relevantes que simplesmente a publicação. Diversos conteúdos não são vistos jamais, devido à interpretação dos códigos de programação, os quais dão prioridade aos anunciantes e tópicos concebidos como mais relevantes, a depender do perfil de cada pessoa

Não poderíamos deixar de notar que a forma impressa dos jornais diminuiu drasticamente nos últimos anos ao redor do mundo em detrimento de sua versão digital. Apesar de no Brasil a indústria jornalística ainda obter renda das vendas físicas, é a internet quem hoje domina o cenário. Não são poucos os jornais que lutam para sobreviver nesse novo modelo, aonde a renda não vem dos leitores, mas sim, da propaganda. Porém, devido ao deslocamento massivo dos anúncios de jornais para sites como o Facebook a indústria jornalística uma vez mais precisou mudar seu modelo de negócios para se manter ativa. Há uma ampla discussão nos meios jornalísticos sobre como manter-se relevante para os leitores e ainda, ganhar dinheiro. A razão é que a internet possibilitou amplo acesso a conteúdo gratuito, não sendo hábito comum aos usuários pagar por conteúdo. O cenário atual dá-se em um mundo onde a internet gira em torno das grandes companhias de tecnologia que dominam a maior parcela do dinheiro de propagandas, tornando muitos grupos jornalísticos subservientes ao seu sistema de remuneração. É dentro desse contexto que os jornais tentam manter-se como fontes confiáveis de autenticidade ao passo que inúmeros agentes individuais ou coletivos disputam o espaço de produtores de conteúdo. Por fim, quando observamos todos esses fatores em conjunto, a saber, as redes sociais, os *smartphones*, as notícias falsas, o efeito bolha e o peso das informações editoriais dos grupos jornalísticos na formação da opinião pública, torna-se evidente que a internet é realmente o novo influenciador do comportamento político dos indivíduos.

Roughly one-in-five social media users have changed their minds about a political candidate, or a social issue, because of material they encountered on social media (DUGGAN; SMITH, 2016, p.08).

Como exposto por Smith, em um cenário o qual aproximadamente um em cada cinco usuários podem mudar de opinião política devido a fatos encontrados em suas redes sociais, é importante lembrar que esse número de pessoas também são eleitores e por consequência, agentes ativos no destino de cada nação. No caso do Brasil, temos 144 milhões de eleitores e aproximadamente 102 milhões de usuários do Facebook, se um quinto ou ainda um sexto desses usuários forem eleitores ativos teremos um grande número de pessoas podendo mudar de opinião por causa dos materiais encontrados em suas redes sociais. Apesar da importância das redes sociais na formação da opinião, as conversações presenciais ainda são fundamentais para o bom entendimento dos fatos e para o desenvolvimento crítico. A internet é uma extensão virtual, mas que não é separada da realidade, e por consequência, o que se ouve nas ruas pode ir parar na rede e vice-versa. Portanto, não seria correto dar crédito somente às redes sociais como formadores de opinião, uma vez que os internautas também estão pelas ruas agindo e influenciando outras pessoas.

5 – O futuro da política na era das redes sociais

Não importa aonde, a penetração dos telefones inteligentes é massiva, e por consequência, o número de usuários das redes sociais decolou. Os brasileiros estão a todo o momento compartilhando materiais de conotação política, os quais não necessariamente precisam ser notícias a respeito de ações legislativas, podendo em vez disso, conter qualquer informação que fortaleça a discussão sobre a igualdade entre gêneros, etnias, ou algum outro tipo de conteúdo com relevância social. Espera-se que a força das opiniões coletivas em conjunto com os grupos editoriais terá

peso significativo no rumo das próximas eleições. Isso claro, apostando que os próximos governos terão agendas mais inclusivas, diminuindo as barreiras sociais e ampliando a acessibilidade digital. Outro efeito provável das redes sociais será a ampliação da cidadania digital, uma vez que a corrupção e os interesses obscuros não passarão despercebidos facilmente. Será mais difícil levar adiante planos contestáveis sem quer os internautas e os grupos jornalísticos destrinchem o conteúdo dúbio de muitas iniciativas políticas, como por exemplo, a mal afamada escola sem partido e a reforma da previdência.

Podemos esperar para as próximas eleições um aumento progressivo no número de internautas participativos nas discussões online sobre política e outros assuntos de interesse coletivo. Apesar das apostas, a porcentagem de internautas brasileiros gira em torno de 60% (SECOM, 2014), consequência de uma fraca integralização da população, deixando de fora larga margem de eleitores, principalmente, os mais pobres, que tem pouca ou nenhuma condição de financiar um telefone celular e os caríssimos planos de internet móvel. Apesar da distância de uma realidade aceitável, no que concerne a participação digital, o número de usuários aumenta gradualmente, trazendo vozes antes omissas pelas barreiras da pobreza e da distância das favelas e periferias, para um mundo virtual, onde as chances de fazer-se ouvir são maiores. De fato, a força das novas mídias e tecnologias ajudaram a trazer para o cenário político as mais diversas pessoas. Um exemplo final de empoderamento digital seria o caso dos “rolezinhos” que ocorreram em São Paulo no ano de 2013. Uma atitude aparentemente descontraída evidenciou traços do Brasil que ainda são latentes, porém, tabus. Os jovens da periferia paulista marcavam encontros por meio das redes sociais e se encontram em locais variados, sendo um dos casos dentro de um shopping center. Nos diversos canais da internet foram divulgados vídeos mostrando as forças de segurança privada agindo com violência a fim de conter o fluxo “anormal” de pessoas que passeavam por ali, abrindo ampla discussão sobre espaços públicos, privados e o papel do jovem negro e pobre no Brasil contemporâneo. Não gostando da presença de jovens negros e pobres, os shoppings centers tomaram atitudes que evidenciavam a clara discriminação étnica e social. Apesar disso, o movimento dos “rolezinhos” possibilitou o acesso a espaços privados que fazem pouca ou nenhuma questão de receber pessoas tidas por “marginais”. Esse caso ilustra perfeitamente o poder de mobilização das redes sociais e da internet, ferramentas essenciais na integralização de pessoas e ideias.

Conclusão

O presente trabalho objetivou demonstrar a importância que as redes sociais exercem no atual cenário político, fazendo ainda, uma aposta para o futuro, onde os caminhos da política nacional e internacional serão amplamente influenciados por conteúdo distribuído virtualmente. Os *smartphones* e a internet tornaram-se ferramentas poderosas que se por um lado podem dar voz a pessoas excluídas de real participação política, por outro, podem ser agentes da desinformação e criadores de conflitos polarizados entre grupos que pensam distintamente. Aqui, foi demonstrada a ligação entre agentes particulares, como as grandes empresas de tecnologia, a exemplo do Facebook e a formação da opinião pública, podendo ter influência imprevisível, uma vez que é desconhecida a forma como se dá a distribuição de conteúdo dentro das estruturas das redes sociais.

Por fim, foi mencionado que a relação entre políticos e os cidadãos mudará com o tempo, mas ainda é complexo desenhar um cenário específico, uma vez que as tecnologias evoluem constantemente e por consequência, poderão alterar a relação entre o governo e a população. Contudo, é possível crer no aumento gradual da acessibilidade digital e o consequente efeito social, disponibilizando ferramentas para a crítica aos modelos estabelecidos. Não será possível a um governo exercer demasiado controle sobre o que os usuários fazem ou pensam, a não ser que, estejam sujeitos a um regime intolerante ao pensamento livre, como ocorre em certas partes do mundo. De toda forma, espera-se que o conteúdo aqui publicado sirva de alerta para futuros estudos sobre os hábitos políticos na internet, chamando a atenção para os variados elementos que moldam a opinião política e o dia a dia de cada um, pois, conectados os usuários são parte de uma grande força social, que por bem ou por mal, influirá no futuro das sociedades.

REFERÊNCIA

ANTOUN, Henrique e MALINE, Fábio. @internet e #rua – Ciberativismo e mobilização nas redes sociais. Editora Sulina, Brasil, Agosto 2013.

ARAGÃO, Alexandre. Notícias falsas da Lava Jato foram mais compartilhadas que verdadeiras. **BuzzFeed**, Brasil, 22 Nov. 2016. Disponível em: <https://www.buzzfeed.com/alexandrearagao/noticias-falsas-lava-jato-facebook?utm_term=.bvDz5xnGm#.hqDBIqbQ5>. Acesso em: 25/05/2017

Associação Nacional de Jornais (**ANJ**). Imprensa Brasileira: Dois Séculos de História. Brasil, 14 out. 2013. Disponível em: <<http://www.anj.org.br/imprensa-brasileira-dois-seculos-de-historia-2/>>. Acesso em: 25/05/2017

CARSON, James. What is fake news? Its origins and how it grew in 2016. **The Telegraph**, Reino Unido, 16 mar. 2017. Disponível em: <<http://www.telegraph.co.uk/technology/0/fake-news-origins-grew-2016/>>. Acesso em: 25/05/2017

DARNTON, Robert. A verdadeira história das notícias falsas. **El País**, Brasil, 01 Mai. 2017. Disponível em: <http://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/28/cultura/1493389536_863123.html>. Acesso em: 07/05/2017

Digital Trends Staff. The History Of Social Networkin. **Digital Trends**, Estados Unidos, 12 Mai. 2016. Disponível em: <<https://www.digitaltrends.com/features/the-history-of-social-networking/>> Acesso em: 25/05/2017

DUARTE, Fábio e FREI, Klaus. **Redes Urbanas**. In: Duarte, Fábio; Quandt, Carlos; Souza, Queila. (2008). *O Tempo Das Redes*, p. 156. Editora Perspectiva S/A. ISBN 978-85-273-0811-3

DUGGAN, Maeve e SMITH, Aaron. The Political Environment on Social Media. **Pew Research Center**, Estados Unidos, 25 Out. 2016. Disponível em: <<http://www.pewinternet.org/2016/10/25/the-political-environment-on-social-media/>>. Acesso em: 25/05/2017

GOMES, H. S. Facebook lança guia para usuário identificar notícia falsa na rede social. **G1**, Brasil, 06 Abr. 2017. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/facebook-lanca-guia-para-usuario-identificar-noticia-falsa-na-rede-social.ghtml>>. Acesso em: 25/05/2017

NEWMAN, Nic. Journalism, Media and Technology Trends And Predictions 2017. **Reuters Institute**, Reino Unido, 2017. Disponível em: <<http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/publication/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2017>>. Acesso em: 26/05/2017

NEWMAN, Nic ; FLETCHER, Richard, LEVY, D. A. L ; NIELSEN, R. S. Digital News Report 2016. **Reuters Institute**, Reino Unido, 2016. Disponível em: <<http://www.digitalnewsreport.org/>>. Acesso em: 25/05/2017

STANDAGE, Tom. Bulletins From The Future. **The economist**, Reino Unido, 7 Jul. 2011. Disponível em: <<http://www.economist.com/node/18904136>>. Acesso em: 25/05/2017

Secretaria De Comunicação Social Da Presidência Da República. Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 – Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. **Secom**, Brasil, 19 Dez. 2014. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf/view>>. Acesso em: 25/05/2017

WILLIAMS, L. C. Where are they now? The Russian bots that disrupted the 2016 election. **Think Progress**, Estados Unidos, 05 Mai. 2017 Disponível em: <<https://thinkprogress.org/russian-bots-where-are-they-now-e2674c19017b>> Acesso em: 7 maio 2017.

YOUNG, Eric. How Millennials Get News: Inside The Habits of America's First Digital Generation. **The Media Insight Project**, Estados Unidos, Março 2015. Disponível em: <<http://www.mediainsight.org/PDFs/Millennials/Millennials%20Report%20FINAL.pdf>>. Acesso em: 25/05/2017