

A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA FORMAÇÃO DA OPINIÃO PÚBLICA E NA REPRESENTATIVIDADE POLÍTICA

THE INFLUENCE OF THE MEDIA ON THE FORMATION OF PUBLIC OPINION AND POLITICAL REPRESENTATION

Antonia Aline Araújo Barros¹

Ana Cassia Bezerra Oliveira Batista Marques²

Luiz Gustavo Rodrigues³

Marx Nairo Soares Evangelista⁴

Resumo

O artigo analisa a influência da mídia tradicional e digital na política e no comportamento humano. Com abordagem qualitativa, baseada em revisão bibliográfica e análise de casos, examina episódios como a PEC da Blindagem e o “Morango do Amor”, discutindo como algoritmos, desinformação e espetacularização moldam a opinião pública e afetam a democracia.

Palavras-chave: Esfera pública. Mídia. Política. Propaganda eleitoral. Redes sociais.

Abstract

The article analyzes the influence of traditional and digital media on politics and human behavior. Using a qualitative approach based on literature review and case analysis, it examines episodes such as the PEC of Shielding and the 'Love Strawberry', discussing how algorithms, misinformation, and sensationalism shape public opinion and affect democracy.

Keywords: Public sphere. Media. Politics. Electoral propaganda. Social networks.

1 INTRODUÇÃO

Desde os tempos mais remotos, o ser humano busca conter os excessos do poder e assegurar meios de participação na vida pública. Montesquieu, ao formular a teoria da separação dos poderes, advertia que “para que não se possa abusar do poder, é preciso que o poder detenha o poder”⁵. No Brasil, essa preocupação adquiriu

¹ Aluna do curso de bacharelado em Direito da Faculdade Princesa do Oeste. E-mail: antonia.aline@alu.fpo.edu.br

² Aluna do curso de bacharelado em Direito da Faculdade Princesa do Oeste. E-mail: ana.cassia@alu.fpo.edu.br

³ Aluno do curso de bacharelado em Direito da Faculdade Princesa do Oeste. E-mail: luiz.gustavo@alu.fpo.edu.br

⁴ Mestre em Direito pela Universidade Federal do Piauí – UFPI. Professor do curso de Direito da Faculdade Princesa do Oeste. E-mail: marx.nairo@fpo.edu.br

⁵ MONTESQUIEU. *O espírito das leis*. São Paulo: Martins Fontes, 2000

contornos dramáticos após 21 anos de ditadura militar (1964–1985), período que se gravou na memória nacional pela censura à imprensa, pela perseguição política e pelo silenciamento da sociedade, conforme destaca Corrêa (2012).

Dessa experiência emergiu, conforme destaca Bonavides (2019), um desejo coletivo de renovação. A Constituição Federal de 1988, denominada por Ulysses Guimarães (1988) como Constituição Cidadã, foi o símbolo dessa nova era. Como observou Barroso (2019), a partir de então se consagrou a liberdade de expressão e a liberdade de imprensa como pilares da democracia e instrumentos de fiscalização do poder ao estabelecer, no art. 5º, incisos IV, IX e XIV, a livre manifestação do pensamento, a liberdade de atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, bem como o acesso à informação; e, no art. 220, a plena liberdade de informação jornalística, vedando qualquer forma de censura política, ideológica ou artística.

No entanto, a mesma Carta que garantiu a liberdade revelou limites e contradições. A informação ainda era centralizada, a participação popular permanecia restrita e a mídia, embora livre, nem sempre refletia a pluralidade social que deveria representar.

Ao longo dos anos, consolidou-se um paradoxo: a mídia, que deveria ser um canal de acesso democrático à verdade, muitas vezes tornou-se filtro seletivo da realidade, determinando quais vozes seriam amplificadas e quais permaneceriam à margem. Essa dinâmica reforça o poder simbólico da comunicação, um poder que, como alertava Pierre Bourdieu, não se impõe pela força física, mas pela capacidade de moldar percepções e comportamentos (Bourdieu, 1989).

No século XXI, o cenário comunicacional se transforma radicalmente. A mídia tradicional, que durante décadas concentrou o monopólio da informação, perde progressivamente esse lugar central. As redes sociais digitais inauguram uma nova esfera pública, marcada pela descentralização, pela velocidade e pela carga emocional das interações. Essa mudança dialoga com a análise de Habermas (2003) sobre as transformações estruturais do espaço público, em que a circulação de informações deixa de ser controlada por poucos atores e passa a ser disputada em múltiplos espaços.

Nesse ambiente, a comunicação deixa de ser apenas transmissão de mensagens e torna-se disputa permanente por atenção, legitimidade e influência. As plataformas digitais ampliam a capacidade de denúncia e fiscalização da sociedade

civil, fortalecendo mecanismos de accountability⁶. Ao mesmo tempo, multiplicam-se os riscos, a desinformação circula com rapidez, e as chamadas “bolhas ideológicas” fragmentam o debate público.

Estudos recentes apontam que os algoritmos das redes sociais priorizam conteúdos polarizadores, reforçando crenças pré-existentes e reduzindo a diversidade de perspectivas (Han, 2022; Ragacini, 2025). Essa lógica gera o chamado “efeito de câmara de eco”, no qual os usuários são expostos majoritariamente a opiniões semelhantes às suas. O resultado é a intensificação da polarização política e a erosão de um espaço público plural (Toda IA, 2025).

Nesse ambiente, a propaganda política deixa de ser apenas informativa e passa a assumir funções persuasivas mais complexas. Pesquisas apontam que, além de mobilizar, pode também influenciar percepções de forma a reforçar crenças pré-existentes e, em determinados contextos, contribuir para processos de desinformação e desmobilização (Namura, 2022; Santos; Azambuja, 2024). Pesquisas sobre as eleições brasileiras de 2018 e 2022 demonstram que a desinformação, disseminada em massa por meio de WhatsApp, Facebook e Twitter, foi decisiva para moldar percepções eleitorais e alimentar sentimentos de medo, indignação e pertencimento (Recuero et al., 2025; TSE, 2025). Esse fenômeno confirma a tese de Byung-Chul Han sobre a *infocracia*⁷, em que o poder não se exerce pela repressão direta, mas pela manipulação invisível dos fluxos informacionais.

A formação da opinião pública questionada desde Platão, que distinguia a *doxa* (opinião) da *episteme* (conhecimento), atribuindo às massas uma natureza instável e irracional (Platão, 2006), e regulada por Hobbes sob o jugo do soberano como forma de evitar o caos social (Hobbes, 2003), hoje é mediada por ecossistemas informacionais complexos, nos quais algoritmos, redes sociais e mídias tradicionais disputam a construção das narrativas coletivas. Se, por um lado, as novas mídias podem fortalecer a democracia por meio da transparência, por outro, podem fragilizá-la, substituindo o debate racional por narrativas emocionais fabricadas.

⁶ Accountability é a obrigação de agentes públicos prestarem contas, sob mecanismos de answerability (justificar decisões) e enforcement (sanção). Cf. O'DONNELL, 1998.

⁷ O termo *infocracia*, desenvolvido por Byung-Chul Han em *Infocracia: digitalização e a crise da democracia* (2022), designa um regime de poder baseado no excesso de informação e na lógica algorítmica. Nesse modelo, não é necessário recorrer à repressão direta: os indivíduos se submetem voluntariamente à vigilância e ao controle.

Assim, a comunicação política contemporânea revela uma tensão permanente entre liberdade e responsabilidade. O desafio constitucional atual não é apenas preservar o direito de expressão, mas equilibrá-lo com pluralismo, ética e integridade informacional.

A questão central que orienta este estudo é, portanto, a mídia, ao influenciar o comportamento humano e as decisões políticas, tem fortalecido a democracia ou contribuído para sua erosão silenciosa?

Essa pergunta serve de fio condutor para a análise que se segue, em que a mídia será observada não apenas como transmissora de fatos, mas como agente político e cultural, capaz de moldar consciências, comportamentos e estruturas de poder.

2 METODOLOGIA

2.1 Abordagem de Pesquisa

A pesquisa adota uma abordagem qualitativa, voltada à compreensão interpretativa dos fenômenos sociais, políticos e comunicacionais relacionados à influência da mídia na formação da opinião pública. Essa escolha se justifica pela natureza subjetiva do objeto de estudo, que envolve percepções, discursos e construções simbólicas mediadas pela comunicação.

Quanto à natureza, trata-se de uma pesquisa aplicada, pois busca produzir conhecimento voltado à análise crítica e prática das relações entre mídia, política e democracia, oferecendo subsídios teóricos e reflexivos para o aprimoramento do debate público e do processo representativo.

Em relação aos objetivos, caracteriza-se como exploratória e descritiva. Exploratória por proporcionar maior familiaridade com o problema, tornando-o mais explícito e delimitado; e descritiva por analisar como a mídia tradicional e digital moldam o comportamento político e as decisões coletivas.

2.2 Coleta de Dados

A pesquisa bibliográfica envolveu a leitura e análise de obras doutrinárias, artigos científicos, relatórios, legislações e documentos institucionais sobre

comunicação, poder e opinião pública, com destaque para as contribuições de Habermas, Bourdieu e Byung-Chul Han.

A pesquisa documental complementou a análise teórica, abrangendo reportagens, matérias jornalísticas e publicações em redes sociais referentes a três casos emblemáticos, o vídeo do INSS divulgado por Nikolas Ferreira, a PEC da Blindagem e o fenômeno “Morango do Amor”. Esses documentos serviram como base empírica para observar como a mídia e os algoritmos digitais moldam percepções coletivas e influenciam o comportamento político.

2.3 Critérios de Seleção

O estudo restringe-se à análise de casos ocorridos entre 2023 e 2025, período em que as redes sociais se consolidaram como principal meio de formação de opinião política no Brasil.

Por tratar-se de pesquisa qualitativa, não se busca generalização estatística, mas sim a compreensão aprofundada dos significados e implicações dos fenômenos observados. Reconhece-se, ainda, que a rápida mutação das dinâmicas digitais pode alterar o cenário analisado, configurando uma limitação temporal do estudo.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 A atuação da mídia na articulação entre poder político e sociedade

A mídia, historicamente, consolidou-se como elo entre política e sociedade, assumindo funções de fiscalização, denúncia e formação da opinião pública (Habermas, 2003). Essa ponte, no entanto, não é neutra, pode tanto fortalecer a democracia quanto reforçar práticas culturais que fragilizam a vida pública.

Essa ambivalência estrutural se manifesta no modo como a imprensa atua. De um lado, cumpre papel essencial ao ampliar a transparência e o controle social. De outro, ao selecionar e enquadrar os fatos, pode reforçar estigmas, banalizar práticas nocivas ou até mesmo contribuir para a naturalização de comportamentos que corroem a esfera pública.

No Brasil, a naturalização da corrupção é um exemplo concreto dessa dinâmica. O chamado “jeitinho brasileiro”⁸, descrito por Sérgio Buarque de Holanda em *Raízes do Brasil*, ilustra bem essa dinâmica ao privilegiar relações pessoais em detrimento das normas institucionais, cria-se um ambiente em que a transgressão é relativizada. Ao noticiar tais práticas, a mídia reforça esse dilema, pode estimular a indignação social e a cobrança por mudanças, mas também contribuir para a percepção de que “sempre foi assim”, perpetuando o padrão cultural.

Esse dilema já se manifestava na Era Vargas. Getúlio Dornelles Vargas (1882–1954), presidente do Brasil em dois períodos (1930–1945 e 1951–1954), foi responsável por profundas transformações políticas e sociais, incluindo a criação de leis trabalhistas e a condução do regime autoritário do Estado Novo (1937–1945). Vargas compreendeu o poder da comunicação de massa e utilizou o rádio como ferramenta de aproximação com o povo, construindo a imagem de “pai dos pobres”. Ao mesmo tempo, impôs censura à imprensa, silenciando vozes críticas. Esse duplo movimento revela que, desde então, a mídia era entendida como campo estratégico, servindo tanto para legitimar governos quanto para sufocar a pluralidade de vozes.

No cenário atual, a lógica permanece, mas em novas roupagens. Se antes Vargas “mandava calar” jornais e opositores, hoje a disputa se dá em torno da visibilidade e da narrativa. Algoritmos priorizam conteúdos polarizadores, campanhas políticas exploram emoções como medo e indignação, e a desinformação circula em velocidade inédita.

Desse modo, mais do que “causar” a corrupção, a mídia expõe e problematiza tais práticas, ainda que os efeitos dessa exposição possam variar entre o fortalecimento da democracia e a erosão da confiança pública.

Assim, compreender a mídia como ponte entre política e sociedade implica reconhecer sua ambivalência histórica. Esta pode ser espaço de fiscalização e cidadania, mas também de manipulação e reprodução de práticas culturais que fragilizam a democracia. Desde Vargas até a era digital, a comunicação permanece

⁸ O “jeitinho brasileiro” é uma prática cultural caracterizada pela busca de soluções informais, criativas ou improvisadas para resolver problemas, muitas vezes contornando regras ou normas estabelecidas. Pode ter conotação positiva associada à flexibilidade e criatividade ou negativa, quando envolve favorecimento pessoal, desrespeito às leis e até práticas corruptas

como um dos principais instrumentos de disputa simbólica e de legitimação do poder político.

3.2 A intervenção da mídia nas eleições e na representatividade

A relação entre mídia e eleições é um dos pontos mais sensíveis da democracia contemporânea. A forma como candidatos, partidos e propostas são retratados nos meios de comunicação impacta diretamente a percepção do eleitorado, influenciando não apenas o resultado das urnas, mas também a legitimidade da representação política.

Desde o rádio de Getúlio Vargas até as transmissões televisivas dos debates presidenciais, a mídia sempre foi decisiva na construção da imagem dos candidatos. A cobertura jornalística, ao selecionar quais temas terão destaque e quais serão silenciados, exerce um poder de enquadramento que pode favorecer ou prejudicar determinadas candidaturas. Esse processo, conhecido como *agenda-setting*, mostra que a mídia não apenas informa, mas também define o que será considerado relevante pelo eleitor.

No caso específico da televisão, o horário eleitoral gratuito revela de forma clara essa assimetria. A Constituição Federal, em seu art. 17, §3º, garante aos partidos acesso gratuito ao rádio e à TV, mas a Lei nº 9.504/1997, art. 47, estabelece que o tempo de propaganda é distribuído proporcionalmente ao tamanho das bancadas na Câmara dos Deputados. Isso significa que grandes coligações podem dispor de minutos inteiros para apresentar propostas, enquanto partidos menores ficam restritos a poucos segundos em alguns casos, apenas o suficiente para o candidato dizer seu nome e número. Essa “regra dos segundos” transforma-se, portanto, em um filtro estrutural que condiciona a visibilidade política e reforça desigualdades na disputa eleitoral.

Pesquisas acadêmicas apontam que a cobertura midiática de escândalos de corrupção, especialmente a partir da Operação Lava Jato, moldou a percepção pública sobre partidos e lideranças políticas (Baptista, 2018). A repetição de manchetes, a dramatização de denúncias e a ênfase em determinados atores políticos criaram um ambiente de descrédito generalizado, que impactou diretamente a

representatividade. Nesse sentido, a mídia atuou como agente político, interferindo na confiança do eleitor em relação às instituições.

Com a ascensão das plataformas digitais, a intervenção da mídia nas eleições ganhou novas dimensões. As redes sociais permitem que candidatos falem diretamente com seus eleitores, sem a mediação da imprensa tradicional. No entanto, essa aparente democratização da comunicação é atravessada por algoritmos que priorizam conteúdos polarizadores e emocionais. Assim, a representatividade política passa a ser moldada não apenas por propostas, mas pela capacidade de viralizar discursos e mobilizar afetos.

3.3 A manifestação popular como instrumento fiscalizador

A manifestação popular é um dos mais importantes instrumentos de fiscalização da política, pois traduz a capacidade da sociedade de se organizar e pressionar o poder público. Ao longo da história brasileira, diferentes movimentos sociais mostraram que a mobilização coletiva pode alterar os rumos da política, seja nas ruas, seja por meio das novas mídias digitais.

O Brasil possui uma tradição de mobilizações que marcaram sua trajetória democrática. As Diretas Já (1983–1984) foram decisivas para o processo de redemocratização, ao reunir milhões de pessoas em comícios e pressionar pelo fim da ditadura militar, ainda que a emenda Dante de Oliveira não tenha sido aprovada (Nery, 2010; Toda matéria, 2023). Em 1992, os caras-pintadas simbolizaram a juventude mobilizada contra a corrupção, desempenhando papel fundamental na pressão pelo impeachment do então presidente Fernando Collor (Politizei, 2020).

Já em 2013, as Jornadas de Junho revelaram a potência das redes sociais na convocação de protestos, inicialmente contra o aumento das passagens de ônibus, mas que rapidamente se expandiram para críticas mais amplas ao sistema político e à corrupção (Nogueira, 2013; Singer, 2013). Esses exemplos demonstram que a manifestação popular, quando amplificada pela mídia, pode transformar indignação em ação política concreta.

Além das ruas, a sociedade exerce pressão por meio de canais institucionais. Ações como abaixo-assinados digitais, campanhas de mobilização em redes sociais, pressão direta sobre parlamentares e participação em audiências públicas são formas

de transformar a manifestação popular em força política organizada. A repercussão da PEC da Blindagem é um exemplo, a proposta perdeu força não apenas pela crítica de juristas, mas sobretudo pela pressão popular que se traduziu em mensagens, campanhas e mobilizações digitais, inviabilizando sua tramitação.

A mídia, nesse processo, atua como caixa de ressonância. Ao dar visibilidade às manifestações, amplia seu alcance e legitima suas pautas. No entanto, também pode selecionar quais protestos ganham destaque e quais permanecem invisíveis, moldando a percepção pública sobre a legitimidade das demandas. Assim, a manifestação popular depende, em grande medida, da forma como é enquadrada e repercutida pela mídia.

Apesar de seu potencial democrático, a manifestação popular pode ser manipulada. Fake news, campanhas de desinformação e narrativas fabricadas podem direcionar a indignação coletiva para alvos específicos, desviando o foco de problemas estruturais. Nesse sentido, a pressão popular precisa ser acompanhada de educação midiática e consciência crítica, para que não se torne apenas instrumento de manipulação política.

As formas de pressão institucional, por sua vez, ampliam a capacidade de fiscalização cidadã, transformando a indignação em ação política concreta. Contudo, a eficácia desse instrumento depende da forma como a mídia o repercute e da capacidade da sociedade de resistir à manipulação, garantindo que a manifestação popular seja, de fato, um mecanismo de fortalecimento democrático.

3.4 O papel das tecnologias digitais na amplificação da influência

As tecnologias digitais transformaram radicalmente a forma como a informação circula e como a opinião pública é moldada. Se antes a mídia tradicional já exercia forte influência sobre a política e o comportamento social, hoje os algoritmos das plataformas digitais potencializam esse poder, criando fenômenos de viralização que impactam diretamente a vida política e cultural.

A lógica algorítmica não apenas organiza a informação, mas também regula afetos, desejos e formas de exclusão. O mesmo mecanismo que transforma um doce em moda passageira, como no caso do “Morango do Amor”, que viralizou após campanha de influenciadores e teve aumento de 1300% nas buscas do Google e

2300% no iFood em um mês, é capaz de transformar slogans políticos em verdades aparentes, reforçando bolhas ideológicas e silenciando vozes dissonantes.

Essa dinâmica se manifesta com força na política institucional. Um exemplo emblemático foi o vídeo publicado pelo deputado federal Nikolas Ferreira, denunciando supostas fraudes no INSS. A gravação alcançou mais de 100 milhões de visualizações em apenas 24 horas, mobilizando seguidores e pressionando o Congresso Nacional, (CNN Brasil, 2025). O episódio evidencia como as redes sociais transformaram a denúncia política em espetáculo midiático. Esse tipo de explosão de atenção gera “efeitos de curto ciclo”: muito engajamento, acionamento de atores políticos e ampla cobertura jornalística, mas sem, necessariamente, produzir mudanças estruturais ou responsabilizações penais. A própria imprensa destacou que, no auge da viralização, ainda não havia definição oficial sobre medidas de ressarcimento, sinal de que a mobilização não se converteu de imediato em decisões administrativas concretas.

Outro caso ilustrativo foi a repercussão da chamada PEC da Blindagem, proposta que buscava ampliar a imunidade parlamentar e dificultar investigações contra deputados e senadores. A medida foi amplamente criticada por juristas e pela sociedade civil, mas o que realmente inviabilizou sua tramitação foi a pressão popular nas redes sociais. Levantamento do instituto Quaest mostrou que 83% das menções à PEC nas redes sociais foram negativas, com mais de 2,3 milhões de comentários em apenas três dias, alcançando cerca de 44 milhões de perfis por hora (CNN Brasil, 2025; Revista Fórum, 2025).

A mobilização digital expôs o caráter antirrepublicano da proposta, associando-a a um retrocesso democrático. Nesse caso, a tecnologia funcionou como ferramenta de fiscalização cidadã, mostrando que a opinião pública, quando amplificada pelas redes, pode influenciar diretamente o processo legislativo.

Esse contraste entre visibilidade e transformação institucional revela uma tensão central da democracia digital. Segundo dados do portal da Câmara dos Deputados, a tramitação de uma proposta legislativa pode levar, em média, de 500 a 1000 dias (Rennó, 2004; Poder360, 2021). No entanto, sob forte pressão popular, esse tempo pode cair drasticamente, durante a pandemia, projetos foram aprovados em apenas 15 dias (Jota, 2020). A pressão digital, portanto, cria janelas de oportunidade que podem acelerar decisões, mas também corre o risco de gerar

políticas baseadas em clamor momentâneo, sem o devido lastro técnico e institucional (Miguel, 2014; Castells, 2009).

Assim, os exemplos analisados mostram que a viralização pode ser um catalisador de atenção e mobilização, mas não garante mudanças estruturais. A política, nesse ambiente, passa a ser mediada por lógicas algorítmicas que privilegiam a emoção e a velocidade em detrimento da reflexão crítica e da deliberação racional. O desafio democrático contemporâneo é conectar essas explosões digitais a percursos institucionais sólidos, capazes de transformar visibilidade em reforma.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

A análise dos casos, o vídeo do INSS, a repercussão da PEC da Blindagem e o fenômeno do “Morango do Amor”, permitiu identificar padrões significativos na relação entre mídia, política e sociedade. Em todos eles, a lógica algorítmica e a viralização digital mostraram-se capazes de mobilizar milhões de pessoas em poucas horas, pressionando o poder público a se posicionar.

Contudo, essa mobilização raramente se converte em mudanças estruturais duradouras. O que se observa é a criação de “janelas de oportunidade” que, se não forem conectadas a processos institucionais sólidos, tendem a se esgotar em ciclos curtos de indignação e esquecimento.

Os resultados dialogam diretamente com o referencial teórico mobilizado. Habermas (2003) já alertava para a transformação da esfera pública, que no ambiente digital amplia a participação, mas fragmenta o debate e enfraquece a racionalidade comunicativa. Bourdieu (1989) nos lembra que a mídia exerce poder simbólico ao enquadrar a realidade, legitimando determinados discursos e silenciando outros. Han (2022), por sua vez, mostra que vivemos sob a lógica da infocracia, em que o poder se exerce pela manipulação invisível dos fluxos informacionais. Os casos analisados confirmam essas leituras, a política se converte em espetáculo, a indignação em produto de consumo simbólico, e a cidadania em performance algorítmica.

O problema central, portanto, não é apenas a velocidade da informação, mas a fragilidade da democracia diante de uma esfera pública mediada por algoritmos. A pressão popular online pode barrar retrocessos democráticos, como no caso da PEC da Blindagem, mas também pode ser capturada por narrativas superficiais,

polarizadoras e efêmeras, que corroem a confiança institucional e reduzem a política a slogans.

É preciso ser clara, a democracia brasileira não pode depender apenas da lógica da viralização. Se quisermos transformar visibilidade em mudança estrutural, precisamos de mecanismos institucionais que conectem a pressão digital a processos de responsabilização efetiva. Isso significa reformas no processo legislativo, que garantam maior transparência e previsibilidade na tramitação de propostas, evitando que a pressão popular seja apenas episódica. Além de educação midiática e digital, para que cidadãos possam interpretar criticamente conteúdos virais e não se deixem capturar por narrativas simplistas.

Em suma, a mídia digital é um espaço paradoxal, fortalece a cidadania e a fiscalização, mas também banaliza práticas antiéticas e intensifica a polarização. O desafio é não se deixar capturar pela lógica do espetáculo. A democracia exige mais do que curtidas e compartilhamentos: exige instituições sólidas, cidadãos críticos e processos políticos capazes de transformar indignação em justiça.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise desenvolvida ao longo deste trabalho evidencia que a mídia, em suas formas tradicionais e digitais, não pode mais ser compreendida como simples mediadora de fatos, mas como um ator político e cultural decisivo, capaz de moldar consciências, legitimar práticas e tensionar a própria experiência democrática.

É nesse ponto que emergem três caminhos fundamentais. O primeiro é a educação midiática crítica, capaz de formar cidadãos que não apenas consomem narrativas, mas que as interpretem e questionem, transformando informação em consciência democrática. O segundo é a reforma institucional, que conecte a pressão popular digital a mecanismos de responsabilização efetiva, evitando que a política seja capturada por clamores momentâneos e garantindo que a indignação coletiva se traduza em reformas concretas. O terceiro é a regulação democrática das plataformas digitais, assegurando transparência algorítmica e diversidade de vozes, de modo a romper com a lógica de priorização exclusiva do engajamento emocional.

Assim, mais do que constatar a ambivalência da mídia, este estudo aponta para a necessidade de transformar a energia das redes em força política duradoura. A

democracia não pode se reduzir a *trending topics*, exige instituições sólidas, cidadãos críticos e processos capazes de converter visibilidade em justiça e indignação em transformação estrutural.

REFERÊNCIAS

BAPTISTA, Érica Anita. Corrupção política e avaliação de governo: o caso da Lava Jato. *Aurora: Revista de Arte, Mídia e Política*, São Paulo, v. 11, n. 32, p. 57–75, 2018. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/aurora/article/view/38307>. Acesso em: 18 out. 2025.

BARROSO, Luís Roberto. Liberdade de expressão, imprensa e mídias sociais: jurisprudência, direito comparado e novos desafios. *Revista Jurídica da Presidência*, Brasília, v. 21, n. 124, p. 5–38, 2019.

BONAVIDES, Paulo. *Curso de Direito Constitucional*. 30. ed. São Paulo: Malheiros, 2019.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Trad. Fernando Tomaz. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Brasília, DF: Senado Federal, 1988.

BRASIL. Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997. Estabelece normas para as eleições. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 1 out. 1997. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9504.htm. Acesso em: 18 out. 2025.

CASTELLS, Manuel. *Comunicação e poder*. Trad. Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2009.

CNN BRASIL. PEC da Blindagem tem 83% de menções negativas nas redes, aponta Quaest. São Paulo, 20 set. 2025. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/pec-da-blindagem-tem-83-de-mencoes-negativas-nas-redes-aponta-quaest/>. Acesso em: 8 out. 2025.

CNN BRASIL. Vídeo de Nikolas sobre INSS chega a 100 milhões de visualizações em 24h. São Paulo, 7 maio 2025. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/video-nikolas-inss-24h/>. Acesso em: 8 out. 2025.

CORRÊA, Michelle Viviane Godinho. Ditadura Militar no Brasil. *InfoEscola*, 2012. Disponível em: <https://www.infoescola.com/historia/ditadura-militar-no-brasil/>. Acesso em: 18 out. 2025.

GUIMARÃES, Ulysses. Discurso na sessão de promulgação da Constituição Federal de 1988. Brasília: Câmara dos Deputados, 5 out. 1988. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/plenario/discursos/escrevendohistoria/25-anos-da-constituicao-de->

1988/constituente-1987-1988/pdf/Ulysses%20Guimaraes%20-%20DISCURSO%20%20REVISADO.pdf. Acesso em: 18 out. 2025.

HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública*. Trad. Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

HAN, Byung-Chul. *Infocracia: digitalização e a crise da democracia*. Trad. Miguel Serras Pereira. Petrópolis: Vozes, 2022.

HOBBS, Thomas. *Leviatã*. Trad. João Paulo Monteiro; Maria Beatriz Nizza da Silva. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

JOTA. Congresso aprova projetos em tempo recorde durante pandemia. Brasília, 15 abr. 2020. Disponível em: <https://www.jota.info/legislativo/congresso-tramitacao-aprovometro>. Acesso em: 18 out. 2025.

MIGUEL, Luís Felipe. *Democracia e representação: territórios em disputa*. São Paulo: Editora Unesp, 2014.

MONTESQUIEU, Charles de Secondat. *O espírito das leis*. Trad. Rodrigo de M. F. Costa. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

NAMURA, Gabriela. Propaganda política e desinformação: desafios contemporâneos. *Revista Brasileira de Ciência Política*, Brasília, v. 17, n. 2, p. 1–20, 2022. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/rbcp>. Acesso em: 18 out. 2025.

NERY, Vanderlei Elias. Diretas Já: a busca pela democracia e seus limites. São Paulo: PUC-SP, 2010. Disponível em: <https://www4.pucsp.br/neils/downloads/06-Vanderlei%20Elias%20Nery.pdf>. Acesso em: 8 out. 2025.

NOGUEIRA, Marco Aurélio. As Jornadas de Junho e a crise da política. *Novos Estudos CEBRAP*, São Paulo, n. 97, p. 5–20, 2013. Disponível em: <https://novosestudios.com.br>. Acesso em: 18 out. 2025.

PLATÃO. *A República*. Trad. Maria Helena da Rocha Pereira. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

PODER360. O processo legislativo é longo e demorado no Brasil, diz Lucio Rennó. Brasília, 12 mar. 2021. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/opiniao/o-processo-legislativo-e-longo-e-demorado-no-brasil-diz-lucio-renno/>. Acesso em: 18 out. 2025.

POLITIZE!. Conheça 3 movimentos sociais que marcaram a história do Brasil. São Paulo, 2020. Disponível em: <https://www.politize.com.br/movimentos-sociais-do-brasil/>. Acesso em: 8 out. 2025.

RAGACINI, Leonardo Adriano. O papel da mídia na formação da opinião pública: influência e desafios em 2025. *Jornal A Verdade*, São Paulo, 27 fev. 2025. Disponível em: <https://jornalaverdade.com.br/noticias/o-papel-da-midia-na-formacao-da-opiniao-publica-influencia-e-desafios-em-2025>. Acesso em: 9 out. 2025.

RECUERO, Raquel; TAVARES, Camilla; VOLCAN, Taiane; DUTRA, Manoela. A desinformação narrada pela checagem: estudo das eleições de 2018 e 2022. *E-Compós*, Brasília, v. 28, p. 1–25, 2025. Disponível em: <https://www.compos.org.br/e-compos>. Acesso em: 18 out. 2025.

RENNÓ, Lucio. *O tempo de tramitação das propostas legislativas no Brasil*. Brasília: Câmara dos Deputados, 2004.

REVISTA FÓRUM. PEC da Blindagem: 83% das menções nas redes sociais são negativas, aponta Quaest. São Paulo, 20 set. 2025. Disponível em: <https://revistaforum.com.br/politica/2025/9/20/pec-da-blindagem-83-das-menes-nas-redes-sociais-so-negativas-aponta-quaest-188146.html>. Acesso em: 8 out. 2025.

ROSSONI, Ana Carolina Gonçalves; MOTTA, Roberta Fin. A corrupção no contexto atual da mídia. *Estudos Interdisciplinares em Psicologia*, Londrina, v. 8, n. 1, p. 25–42, jan./jun. 2017. Disponível em: https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2236-64072017000100002. Acesso em: 18 out. 2025.

SANTOS, João; AZAMBUJA, Mariana. Redes sociais e eleições: entre mobilização e manipulação. *Revista de Sociologia e Política*, Curitiba, v. 32, n. 85, p. 1–15, 2024.
SINGER, André. Brasil, junho de 2013: classes e ideologias cruzadas. *Novos Estudos CEBRAP*, São Paulo, n. 97, p. 23–40, nov. 2013.

TODA IA. IA em câmaras de eco: fenômeno da polarização. *Simple Science*, São Paulo, 6 set. 2025. Disponível em: <https://scisimple.com/pt/articles/2025-09-06-ia-em-camaras-de-eco-fenomeno-da-polarizacao--a30eq04>. Acesso em: 9 out. 2025.

TODA MATÉRIA. Diretas Já: o que foi e resumo do movimento. São Paulo, 2023. Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/diretas-ja/>. Acesso em: 8 out. 2025.