

O IMPACTO DAS REDES SOCIAIS NA FORMAÇÃO DA OPINIÃO JURÍDICA

Gabriel Quinto de Souza Santos¹

Adivé Cardoso Ferreira Júnior²

RESUMO: Este trabalho analisa como as redes sociais moldam a opinião pública sobre temas jurídicos. Com base em pesquisa bibliográfica e análise de postagens e vídeos de alto engajamento no Instagram, Twitter e YouTube, identificaram-se padrões de disseminação e possíveis distorções de conteúdo legal. Constatou-se que essas plataformas ampliam o acesso a debates sobre decisões judiciais e legislações, mas também favorecem versões simplificadas e imprecisas de temas complexos. A pesquisa utiliza abordagem exploratória e descritiva, combinando métricas quantitativas de engajamento com análise qualitativa do discurso. Os resultados permitem propor orientações práticas para advogados, comunicadores e operadores do direito aperfeiçoarem a clareza, a precisão e a responsabilidade na divulgação de informações jurídicas online. Conclui-se que o uso consciente das redes sociais pode fortalecer a compreensão pública e reduzir episódios de desinformação.

Palavras-chave: Redes Sociais. Opinião pública jurídica. Desinformação. Comunicação online.

8687

ABSTRACT: This paper analyzes how social networks shape public opinion on legal topics. Based on bibliographic research and analysis of high-engagement posts and videos on Instagram, Twitter and YouTube, dissemination patterns and potential distortions of legal content were identified. It was found that these platforms expand access to debates on court decisions and legislation, but also favor simplified and inaccurate versions of complex themes. The research employs an exploratory and descriptive approach, combining quantitative engagement metrics with qualitative discourse analysis. The results offer practical guidelines for lawyers, communicators and legal practitioners to enhance clarity, accuracy and responsibility in the online dissemination of legal information. It is concluded that the conscious use of social networks can strengthen public understanding and reduce instances of misinformation.

Keywords: Social Networks. Public legal opinion. Misinformation. Online communication.

¹ Graduando em Direito. Faculdade de Ilhéus.

² Bolsista CAPES. Doutor em Direito Tributário pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Doutorando e Mestre em Economia Regional e Políticas Públicas pela Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC). Professor de Direito. Advogado. Titular da Cadeira 27 da Academia de Letras Jurídicas do Sul da Bahia, em que exerce a função de presidente no biênio 2024-2026. Presidente da Comissão de Direito Tributário da OAB/BA, subseção Itabuna. Advogado.

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o avanço das redes sociais tem transformado profundamente a forma como as pessoas consomem informações e participam de debates públicos. Em especial, a área jurídica, tradicionalmente restrita a especialistas e operadores do direito, passou a ser amplamente discutida em plataformas como Twitter, Instagram e YouTube. Assuntos técnicos, como decisões judiciais e interpretações legais, tornaram-se tópicos de interesse popular, muitas vezes simplificados ou reinterpretados, alcançando milhões de usuários.

Nesse cenário, as redes sociais desempenham um papel duplo: democratizam o acesso à informação jurídica, mas também amplificam a disseminação de opiniões e conteúdos simplificados, que podem levar a interpretações equivocadas ou enviesadas sobre temas complexos.

A influência de influenciadores digitais, páginas especializadas e até mesmo de memes jurídicos nas redes sociais levanta questionamentos importantes. Como as redes sociais moldam a percepção pública sobre temas jurídicos complexos?

1.1 Metodologia

Adota-se pesquisa exploratória e descritiva, com análise de conteúdo de publicações em redes sociais. Selecionaram-se 10 postagens no Twitter, 10 no Instagram e 5 vídeos no YouTube sobre temas jurídicos, com base em critérios de popularidade e relevância, considerando publicações com no mínimo 100 curtidas (ou visualizações superiores a 1.000 no caso de vídeos). Esses critérios foram adotados para garantir que os conteúdos analisados tivessem ampla circulação e potencial real de impacto na formação da opinião pública.

Em planilha, registraram-se para cada item: texto ou título, número de curtidas, compartilhamentos e visualizações. Realizou-se análise qualitativa para identificar temas recorrentes e contagem simples de termos jurídicos recorrentes e de ocorrências de simplificação de conteúdo.

1.2 Objetivos da Pesquisa

Este trabalho tem como objetivo geral analisar como as redes sociais influenciam a formação da opinião pública jurídica, especialmente por meio da disseminação de conteúdos simplificados ou distorcidos.

Como objetivos específicos, pretende-se identificar os formatos e estratégias mais utilizados na divulgação de conteúdo jurídico nas redes sociais; avaliar o papel de influenciadores digitais na percepção jurídica dos usuários; investigar os efeitos da viralização de conteúdos imprecisos sobre o entendimento público do Direito; e analisar os possíveis impactos sociais e políticos dessa opinião pública formada online.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção apresentam-se os principais conceitos e referenciais que embasam a análise do impacto das redes sociais na formação da opinião pública jurídica. Serão abordados, de forma clara e direta, os processos de disseminação de informações em ambientes digitais, as dinâmicas de construção de opinião pública e o papel de influenciadores e da desinformação nesse contexto, preparando o leitor para os subtópicos seguintes.

2.1 Redes Sociais e Disseminação de Informações

As redes sociais redefiniram a produção e circulação de conteúdo, permitindo que qualquer usuário publique informações de forma imediata e em larga escala. Plataformas como Twitter e Instagram tornaram-se fontes primárias de notícias, onde temas complexos, incluindo questões jurídicas, são frequentemente resumidos em posts curtos, imagens e vídeos rápidos. Essa dinâmica privilegia conteúdos que geram engajamento — frequentemente pautados na emoção ou no sensacionalismo — em detrimento da profundidade e da contextualização. Autores como Castells (2013) e Recuero (2009) destacam que o compartilhamento viral impõe ritmo acelerado à comunicação, o que pode comprometer a exatidão das informações veiculadas.

8689

2.2 Formação da Opinião Pública e o Direito

A opinião pública pode ser entendida como o espaço simbólico em que cidadãos discutem temas de interesse coletivo e exercem influência sobre decisões sociais e políticas, conforme delineado por Habermas (1984). Tradicionalmente, esse processo ocorria em ambientes formais como a imprensa, os tribunais e os parlamentos. Com o surgimento das redes sociais, no entanto, esse espaço se deslocou para ambientes digitais, onde a construção de opinião ocorre de maneira mais descentralizada e imediata.

No ambiente digital, a formação da opinião pública se dá por meio de interações rápidas, como curtidas, comentários e compartilhamentos. Essa dinâmica favorece a circulação de impressões e julgamentos instantâneos sobre decisões judiciais, projetos de lei ou condutas profissionais, muitas vezes sem a mediação de especialistas. Como consequência, surgem percepções públicas baseadas em fragmentos de informação ou em discursos emocionais, que podem não refletir com precisão a complexidade jurídica dos temas abordados.

Além disso, a pressão social exercida por manifestações em massa pode interferir no equilíbrio entre tecnicidade e responsividade por parte de magistrados e legisladores. A busca por popularidade digital tende a influenciar a agenda política e até decisões institucionais, evidenciando o poder crescente da opinião pública digital no cenário jurídico contemporâneo.

2.3 A Influência dos Influenciadores Digitais no Contexto Jurídico

Os influenciadores digitais atuam como pontos de alta visibilidade nas redes, capazes de direcionar o olhar de milhares de seguidores para temas diversos, inclusive jurídicos. Segundo Recuero (2015), essas figuras funcionam como “nós de alto tráfego” em redes de informação, ou seja, possuem capacidade elevada de filtrar, adaptar e retransmitir conteúdos com amplo alcance.

No contexto jurídico, os influenciadores tendem a simplificar conteúdos técnicos para torná-los acessíveis ao público leigo. Essa simplificação geralmente ocorre por meio de vídeos curtos, analogias cotidianas, memes, slogans ou linguagem informal. Embora isso contribua para o engajamento e a popularização de temas jurídicos, também representa um risco: o conteúdo transmitido pode perder precisão, levando à disseminação de interpretações errôneas ou incompletas do Direito.

Além disso, os seguidores desses perfis tendem a confiar mais nas opiniões de influenciadores com quem se identificam do que em especialistas jurídicos tradicionais. Esse fenômeno amplia o papel desses comunicadores na formação da percepção pública sobre leis, decisões judiciais e comportamentos éticos no campo jurídico, o que exige atenção quanto à responsabilidade comunicacional e ao rigor das informações compartilhadas.

2.4 A Desinformação e a Viralização de Conteúdos Jurídicos

A viralização privilegia conteúdos que despertam emoções fortes — indignação, medo ou humor — muitas vezes em detrimento da precisão (Bastos, 2018; Souza, 2022). Sem mecanismos eficazes de checagem, informações jurídicas circulam de modo distorcido: recortes de julgados sem contexto, “memes” que resumem leis de forma imprecisa e opiniões pessoais apresentadas como verdades universais. Esse ciclo de desinformação compromete a qualidade do debate público e dificulta a responsabilização de quem realmente produz conhecimento jurídico.

3 ANÁLISE POR OBJETIVOS ESPECÍFICOS

3.1 Analisar como as redes sociais disseminam conteúdos jurídicos e moldam a opinião pública

Na análise das 20 postagens selecionadas no Twitter e Instagram, observou-se que 65% utilizam infográficos e resumos de decisões judiciais sem contextualização completa. Essa prática facilita o entendimento imediato pelo público leigo, mas propicia interpretações superficiais e fragmentadas do tema legal, evidenciando o poder das redes em simplificar conteúdo complexo.

8691

3.2 Identificar o impacto de influenciadores digitais e perfis especializados na percepção jurídica dos usuários

Dos 5 vídeos analisados no YouTube de influenciadores com mais de 50 mil inscritos, 80% substituem termos técnicos por analogias cotidianas. Essa estratégia amplia em média 70% o número de visualizações, mas reduz a precisão das informações, podendo gerar equívocos sobre conceitos jurídicos fundamentais.

3.3 Compreender os efeitos da viralização de informações jurídicas simplificadas ou errôneas na formação de opinião pública

As postagens com tom emocional — indignação ou humor — obtiveram em média 140% mais interações (curtidas e compartilhamentos) do que conteúdos neutros. Entretanto, 60% dessas publicações apresentaram imprecisões, como omissão de etapas processuais ou definições incorretas de termos, mostrando que a viralização pode distorcer o entendimento jurídico.

3.4 Estudar os reflexos dessa opinião pública em questões jurídicas relevantes e seus possíveis desdobramentos sociais e políticos

Identificou-se menções a temas jurídicos em hashtags que repercutiram em três propostas de lei em tramitação. Essa correlação sugere que a opinião formada online exerce influência direta na agenda política, reforçando a necessidade de divulgação responsável e fundamentada de informações jurídicas nas redes sociais.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho evidencia que, ao democratizarem o acesso a debates jurídicos, as redes sociais podem tanto ampliar o entendimento público quanto comprometer a precisão das discussões. A pesquisa contribui ao propor um método prático de identificação de padrões de simplificação e imprecisão em conteúdos online, demonstrando a importância de contextualizar e checar fontes antes de compartilhar informações legais. Ao integrar conhecimentos teóricos do Direito com a observação empírica das plataformas digitais, reforça-se a necessidade de formar profissionais capazes de atuar como pontes confiáveis entre o mundo jurídico e a sociedade.

Recomenda-se que as faculdades de Direito incorporem em seus currículos disciplinas ou oficinas de comunicação jurídica e alfabetização midiática, preparando os alunos para produzir e avaliar conteúdos em ambientes digitais. Sugere-se também a elaboração de guias de boas práticas para publicações em redes sociais, voltados a advogados, professores e comunicadores, com orientações claras sobre contextualização, uso responsável de dados e respeito ao rigor técnico. Futuras investigações podem explorar outras plataformas emergentes e aplicar métodos estatísticos mais robustos, ampliando a compreensão das dinâmicas de engajamento e desinformação no universo jurídico.

8692

REFERÊNCIAS

BASTOS, Marcos. Viralização de conteúdos jurídicos: impactos e implicações. *Revista de Comunicação e Direito*, Fortaleza, v. 8, n. 2, p. 101-115, 2018.

CASTELLS, Manuel. *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet*. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

HABERMAS, Jürgen. *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge: MIT Press, 1989.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SOUZA, Letícia. Desinformação jurídica nas redes sociais: desafios e perspectivas. *Revista de Direito e Tecnologia*, Salvador, v. 5, n. 1, p. 22-35, 2022.