

A PRODUÇÃO DA HEGEMONIA NA ERA DIGITAL: DISPUTAS IDEOLÓGICAS E MANIPULAÇÃO DA OPINIÃO PÚBLICA NAS MÍDIAS E REDES SOCIAIS



<https://doi.org/10.22533/at.ed.491112501044>

Data de aceite: 28/05/2025

Alexandre de Souza Acioli

Jornalista, Cientista Social, com
especialização em Ciência Política e
Administração de Marketing
<http://lattes.cnpq.br/1548826983654540>
ORCID: 0000-0002-2577-0269

INTRODUÇÃO

Em contextos sociais profundamente mediados por dispositivos tecnológicos e fluxos comunicacionais incessantes, a informação é um dos recursos mais estratégicos na construção da realidade e na organização das relações de poder. A maneira como os indivíduos formam suas opiniões, organizam suas ações políticas e interpretam os acontecimentos do cotidiano está diretamente relacionada ao acesso, à seleção e à circulação dos conteúdos midiáticos. Diante dessa centralidade dos meios de comunicação e das redes digitais no processo de produção do conhecimento social, torna-se imprescindível compreender os mecanismos teóricos e práticos que regulam o debate público, a construção do consenso e a naturalização de determinadas visões de mundo.

Partimos da hipótese de que os meios de comunicação, longe de atuarem como simples espelhos da realidade, exercem um papel ativo na estruturação simbólica da sociedade, funcionando como vetores de hegemonia e manipulação discursiva. Para isso, dialoga-se com a teoria da hegemonia desenvolvida por Antonio Gramsci (2000) com a noção de Aparelhos Ideológicos de Estado formulada por Louis Althusser (1985) e com a teoria da Agenda Setting, de Maxwell McCombs (2009), além de incorporar contribuições contemporâneas de autores como Emerson Urizzi Cervi (2020; 2011), Guilherme Carvalho (2015) e Mariana Ferreira (2017), que analisam o papel das mídias tradicionais e das redes digitais na constituição da opinião pública.

A escolha desses marcos teóricos visa lançar luz sobre a maneira como o discurso midiático – e, mais recentemente, o discurso algorítmico – atua na formação da agenda pública, definindo o que deve ser discutido, quais temas devem ser invisibilizados e quais sujeitos têm o direito

de enunciar. Tal processo implica não apenas disputas informacionais, mas verdadeiras batalhas simbólicas em torno da construção da verdade, da legitimidade e da autoridade social.

Esta pesquisa analisou como as teorias da Hegemonia e da Agenda Setting contribuem para compreender os processos contemporâneos de manipulação da informação e da opinião pública, tanto no campo da mídia tradicional quanto nas redes sociais digitais. É um trabalho de natureza qualitativa, com abordagem teórico-bibliográfica, fundamentada na análise crítica de autores clássicos e contemporâneos da teoria política, da comunicação e da sociologia crítica. A escolha por esse percurso metodológico justifica-se pela necessidade de desenvolver uma interpretação crítica e interdisciplinar dos fenômenos comunicacionais e ideológicos no capitalismo informacional.

Está dividido em quatro seções teóricas: a primeira aborda a concepção de hegemonia em Gramsci e seus desdobramentos críticos. A segunda analisa os meios de comunicação como Aparelhos Ideológicos de Estado e sua atuação na produção do consenso. A terceira apresenta a teoria da Agenda Setting e seus efeitos sobre o agendamento da vida pública. A quarta discute a dinâmica das redes sociais digitais como campo de disputa hegemônica contemporânea. Por fim, são apresentadas as considerações finais, nas quais se sintetizam os principais achados do estudo e suas implicações teóricas e políticas.

DESENVOLVIMENTO

A Teoria da Hegemonia em Gramsci e seus Desdobramentos Críticos

A compreensão da dominação nas sociedades capitalistas avançadas requer a superação da visão reducionista que associa poder unicamente à coerção física ou institucional. Gramsci, ao introduzir o conceito de hegemonia, desloca o eixo da análise marxista para o campo da cultura, da linguagem e da produção de sentidos. Para o autor, a classe dominante exerce sua supremacia não apenas por meio da força do Estado, mas sobretudo ao conquistar o consentimento das classes subalternas, apresentando seus interesses particulares como se fossem universais (GRAMSCI, 2000). Tal conquista ocorre por meio de instituições como a escola, a igreja, os meios de comunicação e a própria produção cultural, que operam como canais para a naturalização da ordem social vigente.

Nesse quadro teórico, a hegemonia é compreendida como uma forma de liderança intelectual e moral que se realiza na sociedade civil. Trata-se de um processo dinâmico, no qual os conflitos de classe não desaparecem, mas são reorganizados sob formas simbólicas e discursivas. Kohan (2005) aprofunda essa perspectiva ao destacar que a hegemonia não elimina a luta de classes, mas a redimensiona no campo da ideologia, por meio da disputa pelos significados atribuídos ao mundo social. Em vez de confronto direto, o que se observa é uma guerra de posições, na qual diferentes forças sociais competem pela direção das consciências.

O conceito de hegemonia, portanto, adquire relevância para compreender não apenas a reprodução da dominação, mas também as possibilidades de resistência. A escola, por exemplo, é analisada por Geraldo Coelho de Oliveira Júnior (2013) como um espaço privilegiado para a produção ou contestação da hegemonia. Embora esteja inserida na estrutura de reprodução do capital, ela também abriga contradições e pode se tornar campo fértil para projetos pedagógicos contra-hegemônicos. Como afirma o autor:

A concepção de hegemonia permite compreender como a escola atua tanto como reproduutora quanto como potencial espaço de ruptura da ordem vigente. Os conteúdos escolares, a organização disciplinar e as práticas pedagógicas não são neutros; carregam valores, concepções de mundo e intencionalidades políticas que, por vezes, reafirmam o status quo, mas também podem ser tensionados por projetos contra-hegemônicos (OLIVEIRA JÚNIOR, 2013, p. 144).

Ao lado dessa leitura, a contribuição de Louis Althusser (1985) reforça a centralidade das instituições na reprodução ideológica da sociedade. Sua teoria dos Aparelhos Ideológicos de Estado (AIEs) oferece uma chave complementar à análise gramsciana, ao indicar como instituições aparentemente neutras – como a escola, a família, a igreja e a mídia – exercem poder simbólico, interpelando os indivíduos como sujeitos e inserindo-os nas estruturas sociais de dominação. Para Althusser:

A ideologia representa a relação imaginária dos indivíduos com suas condições reais de existência. É nesse sentido que ela interpela os indivíduos como sujeitos e os submete às estruturas da dominação de classe. A escola é, hoje, o AIE mais poderoso, pois é ali que se formam os futuros agentes econômicos, políticos e ideológicos do sistema. Ela ensina 'saber-fazer', 'saber-viver' e 'saber-ser', moldando o sujeito conforme as necessidades do capital (ALTHUSSER, 1985, p. 111).

Essa compreensão complexifica a análise da hegemonia, permitindo situá-la não apenas no plano ideológico, mas também na vida cotidiana e nos processos de socialização que operam de forma imperceptível. A hegemonia, nesse sentido, não se impõe de forma visível e autoritária, mas atua por meio da naturalização de valores e normas, tornando-os parte integrante do senso comum.

Ana Rodrigues Cavalcanti Alves (2016) contribui para essa discussão ao propor uma aproximação entre Gramsci e os teóricos pós-marxistas Ernesto Laclau e Chantal Mouffe. A autora argumenta que a hegemonia pode ser pensada como uma disputa contínua por significações no campo discursivo, onde os sentidos sociais não são fixos, mas flutuantes e contingentes. Assim, hegemonia não é apenas dominação estrutural, mas também construção semântica, envolvendo a articulação de discursos que tentam estabilizar sentidos e produzir identidades políticas. Ela observa que:

A hegemonia, em Laclau e Mouffe, não é concebida como um reflexo das estruturas econômicas, mas como um processo discursivo de articulação hegemônica. Esse processo envolve a disputa pela fixação dos significados sociais e pela construção de equivalências simbólicas capazes de sustentar um projeto político. A articulação discursiva torna-se, então, o principal campo de batalha da política contemporânea (ALVES, 2016, p. 293).

Tal perspectiva amplia o alcance do conceito gramsciano, permitindo que se compreenda a hegemonia em sua dimensão discursiva, simbólica e cultural, sobretudo nos tempos atuais, marcados pela fragmentação da esfera pública, pela multiplicidade de vozes e pela centralidade das narrativas na organização das experiências sociais.

Em síntese, a teoria da hegemonia oferece uma poderosa lente analítica para compreender como o poder é exercido e mantido em sociedades complexas. Ao deslocar o foco da coerção para o consenso, Gramsci antecipa as formas contemporâneas de dominação simbólica que operam por meio da linguagem, da educação e da mídia. A hegemonia, longe de ser uma condição estática, é um processo em permanente disputa, que se dá no cotidiano das instituições e na produção de sentidos. A compreensão desses mecanismos é essencial para desvelar os fundamentos ideológicos da ordem social e para pensar estratégias de resistência política e cultural em um mundo cada vez mais mediado por disputas simbólicas e informacionais.

AIEs e Mídia: Produção do Consenso e Invisibilização do Conflito

A articulação entre ideologia, mídia e poder é central para compreender os mecanismos contemporâneos de dominação simbólica. Com base nas formulações teóricas de Louis Althusser (1985), reconhece-se que os meios de comunicação desempenham, nas sociedades capitalistas, a função de Aparelhos Ideológicos de Estado (AIEs). Diferentemente dos aparelhos repressivos, como o exército ou a polícia, os AIEs atuam predominantemente por meio da ideologia, sendo responsáveis por interpelar os indivíduos como sujeitos e reproduzir, em nível simbólico, os valores da classe dominante.

De acordo com Althusser (1985), os AIEs não impõem sua autoridade pela força, mas sim por meio da internalização de representações e práticas sociais que parecem naturais e consensuais. A escola, a igreja, a família e, sobretudo, os meios de comunicação operam como instâncias que produzem e reforçam visões de mundo funcionalmente adaptadas à manutenção da ordem capitalista. Conforme explica o autor:

Os Aparelhos Ideológicos de Estado funcionam massivamente pela ideologia, enquanto o Aparelho Repressivo de Estado funciona predominantemente pela violência. A ideologia interpela os indivíduos como sujeitos, e essa interpelação tem lugar nas instituições ideológicas. [...] A escola e a mídia, por exemplo, ensinam, comunicam e reforçam práticas e valores que reproduzem a ideologia dominante, dissimulando as contradições sociais e despolitizando as desigualdades (ALTHUSSER, 1985, p. 96).

Essa perspectiva permite compreender que a mídia não é neutra, tampouco um espelho objetivo da realidade. Pelo contrário, constitui um aparelho estratégico na produção de consensos, funcionando como filtro e modelador das informações que chegam ao público. Nesse processo, determinadas vozes são amplificadas, enquanto outras são silenciadas; certos discursos são legitimados e outros invisibilizados. A função ideológica da mídia consiste, portanto, em naturalizar o dominante, apagando as mediações históricas, políticas e econômicas que o sustentam.

Guilherme Carvalho (2015), ao investigar a relação entre mídia, opinião pública e estrutura social, afirma que os meios de comunicação exercem o papel de mediadores privilegiados na construção daquilo que se considera legítimo no debate público. Sua análise mostra que a mídia atua como uma instância de regulação simbólica, definindo o escopo do possível e os limites da dissidência. Para ele:

A mídia opera como aparelho de controle social ao delimitar os marcos do que pode ser dito, ouvido e interpretado. Não apenas informa, mas estrutura o discurso público e condiciona a interpretação dos acontecimentos. Essa capacidade de filtragem e de seleção discursiva é exercida de forma tão eficaz que o receptor, muitas vezes, não percebe que está imerso em um processo de orientação ideológica. A construção da realidade pela mídia é, pois, uma operação política travestida de neutralidade técnica (CARVALHO, 2015, p. 42).

A partir dessa abordagem, percebe-se que a produção do consenso midiático não ocorre por imposição direta, mas por meio da repetição, da omissão e do enquadramento sistemático das narrativas sociais. A noção de consenso, nesse caso, é construída artificialmente, como efeito da saturação discursiva e da exclusão seletiva de posicionamentos alternativos.

Agemir Barbaresco (2009) aprofunda esse entendimento ao analisar a opinião pública como fenômeno estruturalmente mediatizado. Para o autor, a opinião pública não representa uma manifestação espontânea da vontade coletiva, mas resulta de uma dinâmica lógica e discursiva moldada pelos meios de comunicação. O que se apresenta como voz do povo é, em muitos casos, uma construção semiótica cuidadosamente organizada por agências jornalísticas, *marqueteiros* e aparelhos ideológicos.

Segundo Barbaresco (2009):

A opinião pública não é um dado imediato, mas uma construção histórica e simbólica. Ela emerge da interação entre discurso, tempo e poder, sendo modelada pelas lógicas institucionais que dominam os meios de comunicação. O público não fala espontaneamente; ele é interpelado, estimulado e canalizado por discursos previamente estruturados. Assim, os enunciados que circulam como 'opinião geral' refletem mais os interesses de quem controla os meios de difusão do que uma vontade autêntica e democrática da coletividade (BARBARESCO, 2009, p. 71).

A citação revela que o campo da comunicação é uma arena de disputa simbólica na qual se forjam consensos e se consolidam hegemonias. Esse processo é intensificado pela natureza industrial e concentrada dos meios de comunicação, cujos interesses econômicos frequentemente coincidem com os das elites política e financeira. Assim, a mídia funciona como instrumento de ocultamento do conflito social, promovendo uma falsa sensação de unidade nacional, harmonia institucional e estabilidade política.

Emerson Urizzi Cervi (2011), ao estudar o comportamento político e a influência da mídia na formação da opinião, argumenta que a percepção dos cidadãos é fortemente condicionada por práticas editoriais sistemáticas, como o uso de enquadramentos (*framing*), agendamento (Agenda Setting) e *priming*. Tais estratégias determinam os temas que ganham visibilidade, os sujeitos que são representados como legítimos e os valores que orientam o julgamento público. Cervi observa que:

A opinião política não é construída de forma autônoma pelos indivíduos, mas resulta de uma sequência de exposições e interpretações midiáticas. O comportamento eleitoral, por exemplo, é profundamente afetado pela forma como candidatos, partidos e propostas são apresentados nos meios de comunicação. O enquadramento seletivo das informações contribui para a formação de juízos morais e políticos, muitas vezes baseados em simplificações, omissões ou dramatizações que servem a interesses específicos (CERVI, 2011, p. 93).

Essa análise evidencia a natureza performativa e seletiva da mídia, que constrói realidades discursivas e modela percepções sociais. Nesse sentido, o espaço público é profundamente afetado pelas formas como a informação é organizada, priorizada e disseminada, e a ilusão de pluralidade esconde a homogeneização dos discursos predominantes.

Complementarmente, Norman Fairclough (2001) propõe a análise crítica do discurso como ferramenta metodológica para desvelar os mecanismos linguísticos e retóricos utilizados pelos meios de comunicação na constituição de hegemonias. Para ele, o discurso midiático opera por meio da construção de significados consensuais que mascaram as assimetrias de poder. A linguagem é, portanto, um campo de luta política, e sua análise crítica permite compreender os modos como o social é simbolicamente estruturado.

Conclui-se, assim, que os meios de comunicação exercem papel determinante na produção do consenso ideológico e na invisibilização do conflito estrutural. Sua atuação como AIE contribui para a manutenção da ordem hegemônica, travestida de neutralidade e objetividade. Desse modo, compreender os mecanismos discursivos e simbólicos que operam nos meios de comunicação é passo fundamental para a construção de uma crítica radical à forma como se constituem as representações sociais, as identidades políticas e os sentidos coletivos na contemporaneidade.

Agenda Setting: A Seleção e a Hierarquização da Informação

A teoria da Agenda Setting, desenvolvida por Maxwell McCombs e Donald Shaw nos anos 1970, estabelece um marco teórico fundamental para a compreensão do poder simbólico dos meios de comunicação na organização da vida pública. Sua proposição central é a de que a mídia não impõe diretamente o que os indivíduos devem pensar, mas determina sobre quais temas devem refletir. Trata-se de uma influência indireta, porém

profundamente eficaz, que age na seleção e na ordenação dos assuntos que ocupam o centro da atenção coletiva. Em outras palavras, a mídia não dita o conteúdo da opinião, mas estrutura o objeto sobre o qual ela será formada.

Segundo McCombs (2009), os meios de comunicação constroem uma agenda pública através da seleção, repetição e hierarquização dos fatos sociais, condicionando a percepção que os indivíduos têm sobre o que é mais importante no cotidiano político e social. Tal processo envolve decisões editoriais que estabelecem a visibilidade e a centralidade de certos temas, silenciando outros com igual ou maior relevância. Como afirma o autor:

A teoria da Agenda Setting baseia-se no pressuposto de que os meios de comunicação são poderosos ao dizer às pessoas sobre o que pensar, mesmo que não sobre o que pensar. A mídia estabelece a hierarquia dos temas, determinando quais assuntos são considerados prioritários e quais permanecem à margem. O público, por sua vez, estrutura sua agenda mental em consonância com a agenda midiática, reproduzindo os critérios de relevância difundidos pelos meios (MCCOMBS, 2009, p. 45).

Essa formulação revela que a produção da agenda pública é, antes de tudo, uma operação discursiva que envolve seleção e omissão. A mídia, portanto, não apenas informa, mas participa da estruturação simbólica da realidade social, influenciando decisões políticas, comportamentos eleitorais, mobilizações sociais e a própria percepção de cidadania.

José Santana Pereira (2011), ao investigar a relação entre agenda política e agenda midiática, argumenta que há uma complexa interdependência entre os atores institucionais e os meios de comunicação. A mídia, ao mesmo tempo em que informa sobre as decisões do Estado, condiciona a própria formulação dessas decisões, uma vez que define os temas mais visíveis e pressiona os governantes a responderem publicamente sobre eles. Assim, o poder simbólico dos meios passa a interferir nos rumos da democracia. Como destaca Pereira:

Os meios de comunicação não são apenas transmissores de informações, mas atores políticos com capacidade de definir prioridades e de moldar a agenda das instituições públicas. Ao determinar os temas que ocupam o debate público, a mídia força os governantes a se posicionarem, criando um ciclo no qual a visibilidade se converte em ação institucional. Tal fenômeno altera o equilíbrio entre os poderes e coloca em xeque a autonomia do sistema político frente aos interesses midiáticos (PEREIRA, 2011, p. 22).

Nesse contexto, compreende-se que a Agenda Setting ultrapassa a comunicação e passa a operar como uma ferramenta de governança simbólica, interferindo no modo como os temas são tratados e nas estratégias adotadas pelas instâncias decisórias. A capacidade de fazer ver e fazer esquecer se torna um instrumento de poder invisível, mas determinante.

Mariana Colucci Goulart Martins Ferreira (2017), ao discutir o impacto da Agenda Setting na formação da cidadania, alerta para os riscos de uma esfera pública reduzida a uma lógica mercadológica e institucional. A autora aponta que a visibilidade concedida a determinados temas não decorre de critérios objetivos de interesse público, mas de escolhas editoriais orientadas por imperativos econômicos, políticos e ideológicos. Para Ferreira (2017):

O controle da agenda pública por parte dos meios de comunicação compromete o ideal de uma cidadania ativa e informada. Ao restringir o espaço de fala e de escuta a determinados atores sociais e temas específicos, a mídia opera como um filtro que reforça assimetrias e invisibiliza demandas legítimas. A teoria da Agenda Setting, nesse sentido, revela-se não apenas uma ferramenta analítica, mas um dispositivo de denúncia da exclusão simbólica promovida pela comunicação de massa (FERREIRA, 2017, p. 65).

Essa crítica revela a necessidade de democratizar a produção da agenda pública, ampliando as vozes e as narrativas que nela têm lugar. A hegemonia simbólica operada pela mídia tradicional, ao selecionar e ordenar os acontecimentos, transforma-se em um mecanismo de exclusão política, reforçando estruturas de desigualdade e marginalizando discursos contra-hegemônicos.

A essa discussão soma-se a contribuição de Walter Lippmann (2008), que já no início do século XX alertava para os efeitos da mediação simbólica sobre a formação da opinião pública. Para o autor, a sociedade moderna depende da existência de pseudoambientes, ou seja, representações simplificadas da realidade construídas por intermediários – especialmente a mídia. Tais representações, ao serem tomadas como reais, condicionam o comportamento político e social dos cidadãos. Lippmann (2008) afirma:

Os indivíduos não reagem diretamente ao mundo real, mas a imagens mentais que constroem com base nas informações disponíveis. A mídia, ao selecionar o que será reportado e como será apresentado, estabelece os quadros interpretativos que organizam a experiência dos sujeitos. Essa mediação cria um pseudoambiente no qual as decisões públicas são tomadas, não com base em fatos objetivos, mas em versões socialmente construídas da realidade (LIPPmann, 2008, p. 35).

Essa concepção antecipa, com notável precisão, os fundamentos da Agenda Setting e expõe os perigos de uma sociedade que se orienta por narrativas mediadas e moldadas segundo interesses específicos. O papel da mídia, nesse processo, torna-se decisivo não apenas na construção da opinião pública, mas na estruturação do próprio imaginário coletivo, responsável por guiar a ação política e a adesão social.

É importante destacar que, embora a Agenda Setting seja tradicionalmente aplicada à mídia de massa, seus princípios mantêm validade também nas redes digitais, onde algoritmos e plataformas reproduzem – e, em certos aspectos, aprofundam – os mecanismos de visibilidade seletiva e exclusão temática. A transição da imprensa para o ambiente digital não elimina o agendamento, mas o transforma em um processo automatizado, guiado por padrões de consumo e interesses corporativos.

Conclui-se que a teoria da Agenda Setting constitui uma ferramenta teórica fundamental para a compreensão das formas contemporâneas de influência simbólica. Ao demonstrar que o poder da mídia reside na capacidade de ordenar os temas do debate público, revela-se um tipo de dominação ideológica que atua pela invisibilidade: aquilo que não é tematizado, simplesmente deixa de existir para o público. A luta política, nesse contexto, envolve não apenas a disputa por significados, mas também pelo direito de ser visível e de compor a agenda coletiva.

Redes Sociais e Novas Hegemonias: Entre a Participação e a Manipulação

Com o avanço da internet e a consolidação das redes sociais digitais como principais arenas de comunicação pública, surgem novas formas de construção da hegemonia e manipulação da opinião. Se por um lado tais plataformas promovem o acesso à informação, a produção colaborativa de conteúdos e a ampliação do debate público, por outro, reconfiguram os mecanismos tradicionais de agendamento temático e produzem novas estratégias de controle simbólico, operadas não mais exclusivamente pelos grandes conglomerados de mídia, mas também por algoritmos, bolhas informacionais e redes de desinformação.

No contexto gramsciano, é possível reinterpretar a noção de hegemonia à luz das transformações tecnológicas contemporâneas. Gramsci (2000), ao refletir sobre a construção do consenso, argumentava que a hegemonia se estabelece quando uma classe consegue dirigir intelectualmente a sociedade, difundindo seus valores por meio de instituições culturais, educacionais e comunicacionais. Embora anterior ao universo digital, sua teoria fornece uma chave interpretativa para pensar o papel das redes na constituição de novas hegemonias.

Emerson Urizzi Cervi (2020), ao analisar o impacto das redes sociais sobre a opinião pública, destaca que tais ambientes produzem uma aparente horizontalidade que mascara processos sofisticados de direcionamento da atenção e de segmentação ideológica. O autor aponta que os algoritmos das plataformas definem quais conteúdos serão priorizados, criando um efeito de personalização que fortalece padrões de consumo informacional homogêneos e reforça os próprios preconceitos dos usuários. Segundo Cervi:

Nas redes sociais, a ilusão de liberdade de expressão convive com mecanismos invisíveis de controle e direcionamento da informação. O algoritmo seleciona aquilo que o usuário deseja ouvir, reforçando bolhas cognitivas e dificultando o contato com posições divergentes. O resultado é a radicalização de discursos e a fragmentação da esfera pública, cada vez mais estruturada em microgrupos ideológicos. A hegemonia, nesse cenário, não se impõe pela coerção, mas pela confirmação reiterada de crenças e valores já internalizados (CERVI, 2020, p. 88).

Essa análise evidencia que as redes sociais, apesar de se apresentarem como espaços de participação democrática, reproduzem lógicas privatizadas e opacas de visibilidade, reguladas por interesses econômicos e políticos. A hegemonia, nesse ambiente, opera por meio da lógica do engajamento, na qual o conteúdo mais visível nem sempre é o mais relevante, mas sim o mais viralizável. Essa dinâmica distorce o debate público e favorece a disseminação de conteúdos sensacionalistas, descontextualizados ou deliberadamente falsos.

Guilherme Carvalho (2015) aprofunda esse entendimento ao destacar que a opinião pública digital é construída em um contexto de alta rotatividade informacional e baixo grau de verificação crítica. Para o autor, a nova lógica comunicacional enfraquece a mediação jornalística tradicional e promove uma desintermediação ilusória, na qual os usuários acreditam estar mais livres para se informar, quando, na verdade, estão mais expostos à manipulação algorítmica.

Carvalho explica que as redes sociais funcionam como filtros invisíveis que moldam a experiência informacional dos sujeitos. A personalização dos conteúdos, baseada em métricas de engajamento, transforma o espaço público em uma arena de reafirmação identitária. As opiniões circulam em círculos fechados, raramente se confrontando com o contraditório. Nesse cenário, o conceito de hegemonia assume uma nova forma, menos institucionalizada, mas igualmente eficaz: trata-se da hegemonia do algoritmo, que ordena a visibilidade e define os marcos do debate (CARVALHO, 2015, p. 57).

Com base nessa perspectiva, comprehende-se que o ambiente digital não dissolve a hegemonia tradicional, mas a reconfigura sob novas formas técnicas, mais sutis e mais personalizadas. A manipulação simbólica, antes operada por editorias e programas televisivos, é hoje realizada por engenharias computacionais de dados, capazes de prever comportamentos, modular emoções e induzir decisões políticas. O fenômeno das fake news, por exemplo, é um dos desdobramentos mais evidentes desse novo regime de produção discursiva, onde verdade e mentira disputam espaço com base em critérios de visibilidade e não de verificabilidade.

Além disso, Mariana Colucci Goulart Martins Ferreira (2017) aponta que o papel das redes sociais na formação da cidadania é ambivalente: embora ampliem o espaço de fala, também expõem os sujeitos a fluxos informacionais tóxicos, à violência discursiva e à precarização do debate. A autora defende que a luta por visibilidade nos ambientes digitais é, também, uma luta por reconhecimento e por hegemonia, na qual grupos minoritários precisam disputar não apenas o direito à fala, mas à escuta e à validação social. Ferreira ressalta:

Nas redes sociais, a cidadania é exercida sob tensão constante entre liberdade e vigilância, entre pluralismo e polarização. A construção da agenda digital, embora teoricamente aberta, obedece a algoritmos que respondem a interesses comerciais e políticos. A hegemonia, nesse sentido, não desaparece; ela se transfere para o plano técnico, sendo incorporada

às próprias arquiteturas das plataformas. Democratizar as redes, portanto, exige mais do que inclusão digital: exige disputar os códigos, os critérios e os algoritmos que determinam quem pode ser visto, ouvido e legitimado (FERREIRA, 2017, p. 71).

Essa leitura propõe uma abordagem crítica sobre a participação digital, destacando que a simples ampliação do acesso não equivale à democratização do espaço público. Pelo contrário, a multiplicação de vozes, quando não acompanhada de mediação ética e técnica, pode aprofundar desigualdades comunicacionais, convertendo o ambiente digital em território de guerra simbólica, onde as hegemonias são instáveis, voláteis e disputadas em tempo real.

Por fim, é importante destacar que a atuação dos movimentos políticos organizados nas redes demonstra o potencial duplo desses espaços: ao mesmo tempo que permitem a emergência de discursos contra-hegemônicos, também são utilizados por grupos conservadores e autoritários para disseminar narrativas manipuladoras. As estratégias de impulsionamento pago, os exércitos de perfis automatizados (bots) e os mecanismos de desinformação coordenada são instrumentos que colonizam o espaço digital, impedindo a construção de um debate público plural e informado.

Conclui-se que as redes sociais digitais representam um novo campo de disputa hegemônica, marcado pela convergência entre técnica, ideologia e política. A participação dos sujeitos nesses espaços, embora potencialmente emancipadora, é mediada por dispositivos que moldam comportamentos, organizam fluxos informacionais e regulam a visibilidade de ideias. A hegemonia contemporânea, nesse cenário, é tecnopolítica: opera por meio da linguagem, dos dados e dos algoritmos, exigindo novas formas de análise crítica e de resistência democrática.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise empreendida ao longo deste artigo permitiu compreender que a construção da hegemonia nas sociedades contemporâneas ultrapassa os mecanismos clássicos de dominação baseados na força e se articula por meio de processos simbólicos e ideológicos que operam no cotidiano dos sujeitos. A partir da leitura crítica dos aportes de Antonio Gramsci, Louis Althusser e dos estudiosos da Teoria da Agenda Setting, evidenciou-se que a produção do consenso e a manipulação da opinião pública são fenômenos profundamente estruturados, sustentados por aparatos institucionais e tecnológicos que regulam a circulação da informação e o acesso ao debate público.

No pensamento gramsciano, a hegemonia é entendida como uma forma de direção política que se realiza mediante a conquista do consentimento social, e não apenas pela coerção estatal. A construção desse consenso passa pela atuação dos chamados intelectuais orgânicos e pelas instituições formadoras da sociedade civil, como a escola, a

igreja, a mídia e, mais recentemente, as plataformas digitais. Nessa perspectiva, o papel dos meios de comunicação e das redes sociais assume centralidade na produção de uma visão de mundo dominante, capaz de orientar práticas, legitimar projetos políticos e sustentar estruturas de poder.

Com base nas formulações de Althusser, foi possível compreender que os meios de comunicação constituem Aparelhos Ideológicos de Estado, exercendo função determinante na reprodução das condições ideológicas necessárias à manutenção do sistema capitalista. A sua ação, marcada por estratégias de naturalização discursiva e de apagamento de conflitos, consolida determinadas representações sociais como universais, mascarando os interesses de classe que as sustentam. Assim, os processos de informação e comunicação tornam-se também mecanismos de controle simbólico e exclusão de vozes dissidentes.

Ao incorporar a teoria da Agenda Setting, identificou-se como os meios de comunicação operam não apenas na difusão de conteúdos, mas na definição dos temas considerados socialmente relevantes. A seleção, a repetição e a hierarquização dos assuntos construídos midiaticamente direcionam a atenção pública, condicionando as pautas políticas e interferindo na percepção coletiva da realidade. Essa forma de poder simbólico, embora útil, é decisiva na formação da opinião pública e no agendamento de prioridades sociais, muitas vezes em consonância com interesses políticos e mercadológicos.

A emergência das redes sociais digitais introduziu novas dinâmicas nesse processo, deslocando parcialmente os centros tradicionais de produção da hegemonia e inserindo os usuários em redes de comunicação em tempo real, marcadas pela descentralização, mas também pela opacidade dos algoritmos. Embora ampliem as possibilidades de participação, as plataformas digitais reproduzem, sob novas formas, os mecanismos de visibilidade seletiva, radicalização discursiva e manipulação informacional. A hegemonia, nesse contexto, adquire feições tecnopolíticas: opera por meio de métricas, dados e arquiteturas digitais que moldam comportamentos, orientam afetos e definem o que será visto, ouvido e discutido.

As análises de Cervi, Ferreira, Carvalho e outros estudiosos contemporâneos demonstram que a esfera pública digital não é, em si, democrática. Ao contrário, sua lógica de funcionamento tende a reforçar bolhas informacionais, segmentações ideológicas e dinâmicas de consumo simbólico que favorecem discursos já consolidados. A hegemonia se dá, portanto, pela personalização da experiência comunicacional, pela invisibilização de narrativas alternativas e pela captura dos processos de formação de opinião por interesses algorítmicos e comerciais.

Diante desse cenário, reafirma-se a importância da crítica teórica e da educação midiática como estratégias fundamentais para resistir às formas sutis e sofisticadas de dominação simbólica. A luta por hegemonia não se esgota no campo institucional ou partidário, mas estende-se ao plano da linguagem, da cultura e das tecnologias da informação. É nesse terreno que se constroem os sentidos comuns que organizam a vida social e se definem os contornos do possível e do pensável.

Portanto, a compreensão da teoria da hegemonia e da Agenda Setting permite não apenas desvelar os mecanismos que sustentam a dominação ideológica, mas também apontar caminhos para a constituição de novas formas de resistência e emancipação. Em tempos marcados por crises políticas, desinformação massiva e erosão da esfera pública, a análise crítica da mídia e das redes torna-se um imperativo ético e político.

O presente estudo, ao articular diferentes matrizes teóricas e ao explorar suas intersecções com os fenômenos comunicacionais contemporâneos, contribui para o aprofundamento do debate sobre a formação da opinião pública e os desafios democráticos em um cenário midiático e tecnologicamente mediado. Sugere-se, como desdobramento, a realização de pesquisas empíricas que explorem as formas de recepção crítica das mensagens midiáticas, bem como estudos interdisciplinares que integrem comunicação, ciência política, filosofia e tecnologia, visando ampliar a compreensão dos processos de hegemonia no século XXI.

REFERÊNCIAS

- ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos ideológicos de Estado**. In: *Posições*. Rio de Janeiro: Graal, 1985.
- BARBARESCO, Agemir. **O movimento lógico da opinião pública**. São Paulo: Paulus, 2009.
- CARVALHO, Guilherme. **Mídia, opinião pública e sociedade**. São Paulo: Paulus, 2015.
- CERVI, Emerson Urizzi. **Opinião pública e comportamento político**. Curitiba: Appris, 2011.
- CERVI, Emerson Urizzi. **Redes sociais e opinião pública: democracia digital e manipulação política**. Curitiba: Appris, 2020.
- FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.
- FERREIRA, Mariana Colucci Goulart Martins. **O exercício da cidadania no contexto da Agenda-Setting Theory**. InTexto, Porto Alegre, v. 38, p. 59-76, 2017. DOI: <https://doi.org/10.19132/1807-8583201738.59-76>.
- GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do cárcere**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000. v. 1.
- KOHAN, Nestor. **Gramsci e Marx: hegemonia e poder na teoria marxista**. São Paulo: Boitempo, 2005.
- LIPPmann, Walter. **Opinião pública**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.
- MCCOMBS, Maxwell. **A construção da agenda**: mídia e opinião pública. São Paulo: Contexto, 2009.
- OLIVEIRA JUNIOR, Geraldo Coelho de. **O conceito de hegemonia em Gramsci: possibilidades de compreensão a partir da educação**. Revista e-Curriculum, São Paulo, v. 11, n. 3, p. 1-20, 2013. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/curriculum/article/view/16504>. Acesso em: 31 mar. 2025.
- PEREIRA, José Santana. **Agenda política e agenda midiática: uma relação complexa**. Revista Brasileira de Ciência Política, Brasília, n. 5, p. 9-31, 2011. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0103-33522011000200002>.
- ALVES, Ana Rodrigues Cavalcanti. **O conceito de hegemonia: de Gramsci a Laclau e Mouffe**. Revista Katálysis, Florianópolis, v. 19, n. 2, p. 289-298, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1590/1414-49802016.002.00009>.