

II ENCONTRO NACIONAL DE DIREITO DO FUTURO - II ENDIF

DESENVOLVIMENTO, DEMOCRACIA E MINORIAS

D451

Desenvolvimento, democracia e minorias [Recurso eletrônico on-line] organização II Encontro Nacional de Direito do Futuro: Escola Superior Dom Helder Câmara – Belo Horizonte;

Coordenadores: Juliana Rodrigues Freitas, Breno Baia e Valter Moura do Carmo – Belo Horizonte: Escola Superior Dom Helder Câmara - ESDHC, 2025.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5274-396-1

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Justiça social e tecnológica em tempos de incerteza.

1. Direito do Futuro. 2. Justiça Social. 3. Justiça Tecnológica. I. II Encontro Nacional de Direito do Futuro (1:2025 : Belo Horizonte, MG).

CDU: 34

II ENCONTRO NACIONAL DE DIREITO DO FUTURO - II ENDIF

DESENVOLVIMENTO, DEMOCRACIA E MINORIAS

Apresentação

O II Encontro Nacional de Direito do Futuro (II ENDIF), organizado pelo Centro Universitário Dom Helder com apoio técnico do Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Direito – CONPEDI, reafirma-se como um espaço qualificado de produção, diálogo e circulação do conhecimento jurídico, reunindo a comunidade científica em torno de um propósito comum: pensar, com rigor metodológico e sensibilidade social, os caminhos do Direito diante das transformações que marcam o nosso tempo. Realizado nos dias 09 e 10 de outubro de 2025, em formato integralmente on-line, o evento assumiu como tema geral “Justiça social e tecnológica em tempos de incerteza”, convidando pesquisadoras e pesquisadores a enfrentar criticamente os impactos da inovação tecnológica, das novas dinâmicas sociais e das incertezas globais sobre as instituições jurídicas e os direitos fundamentais.

Nesta segunda edição, os números evidenciam a força do projeto acadêmico: 408 trabalhos submetidos, com a participação de 551 pesquisadoras e pesquisadores, provenientes de 21 Estados da Federação, culminando na organização de 31 e-books, que ora se apresentam à comunidade científica. Essa coletânea traduz, em linguagem acadêmica e compromisso público, a vitalidade de uma pesquisa jurídica que não se limita a descrever problemas, mas busca compreendê-los, explicar suas causas e projetar soluções coerentes com a Constituição, com os direitos humanos e com os desafios contemporâneos.

A publicação dos 31 e-books materializa um processo coletivo que articula pluralidade temática, densidade teórica e seriedade científica. Os textos que compõem a coletânea passaram por avaliação acadêmica orientada por critérios de qualidade e imparcialidade, com destaque para o método double blind peer review, que viabiliza a análise inominada dos trabalhos e exige o exame por, no mínimo, dois avaliadores, reduzindo subjetividades e preferências ideológicas. Essa opção metodológica é, ao mesmo tempo, um gesto de respeito à ciência e uma afirmação de que a pesquisa jurídica deve ser construída com transparência, responsabilidade e abertura ao escrutínio crítico.

O II ENDIF também se insere em uma trajetória institucional já consolidada: a primeira edição, realizada em junho de 2024, reuniu centenas de pesquisadoras e pesquisadores e resultou na publicação de uma coletânea expressiva, demonstrando que o Encontro se consolidou, desde o início, como um dos maiores eventos científicos jurídicos do país. A

continuidade do projeto, agora ampliada em escopo e capilaridade, reafirma a importância de se fortalecer ambientes acadêmicos capazes de integrar graduação e pós-graduação, formar novas gerações de pesquisadoras e pesquisadores e promover uma cultura jurídica comprometida com a realidade social.

A programação científica do evento, organizada em painéis temáticos pela manhã e Grupos de Trabalho no período da tarde, foi concebida para equilibrar reflexão teórica, debate público e socialização de pesquisas. Nos painéis, temas como inteligência artificial e direitos fundamentais, proteção ambiental no sistema interamericano, proteção de dados e herança digital foram tratados por especialistas convidados, em debates que ampliam repertórios e conectam a produção acadêmica aos dilemas concretos vividos pela sociedade.

A programação científica do II ENDIF foi estruturada em dois dias, 09 e 10 de outubro de 2025, combinando, no período da manhã, painéis temáticos com exposições de especialistas e debates, e, no período da tarde, sessões dos Grupos de Trabalho. No dia 09/10 (quinta-feira), após a abertura, às 09h, realizou-se o Painel I, dedicado aos desafios da atuação processual diante da inteligência artificial (“Inteligencia artificial y desafios de derechos fundamentales en el marco de la actuación procesal”), com exposição de Andrea Alarcón Peña (Colômbia) e debate conduzido por Caio Augusto Souza Lara. Em seguida, às 11h, ocorreu o Painel II, voltado à proteção ambiental no Sistema Interamericano, abordando a evolução da OC-23 ao novo marco da OC-32, com participação de Soledad Garcia Munoz (Espanha) e Valter Moura do Carmo como palestrantes, sob coordenação de Ricardo Stanziola Vieira. No período da tarde, das 14h às 17h, desenvolveram-se as atividades dos Grupos de Trabalho, em ambiente virtual, com apresentação e discussão das pesquisas aprovadas.

No dia 10/10 (sexta-feira), a programação manteve a organização: às 09h, foi realizado o Painel III, sobre LGPD e a importância da proteção de dados na sociedade de vigilância, com exposições de Laís Furuya e Júlia Mesquita e debate conduzido por Yuri Nathan da Costa Lannes; às 11h, ocorreu o Painel IV, dedicado ao tema da herança digital e à figura do inventariante digital, com apresentação de Felipe Assis Nakamoto e debate sob responsabilidade de Tais Mallmann Ramos. Encerrando o evento, novamente no turno da tarde, das 14h às 17h, seguiram-se as sessões dos Grupos de Trabalho on-line, consolidando o espaço de socialização, crítica acadêmica e amadurecimento das investigações apresentadas.

Ao tornar públicos estes 31 e-books, o II ENDIF reafirma uma convicção essencial: não há futuro democrático para o Direito sem pesquisa científica, sem debate qualificado e sem compromisso com a verdade metodológica. Em tempos de incerteza — tecnológica, social,

ambiental e institucional —, a pesquisa jurídica cumpre um papel civilizatório: ilumina problemas invisibilizados, questiona estruturas naturalizadas, qualifica políticas públicas, tensiona o poder com argumentos e oferece horizontes normativos mais justos.

Registramos, por fim, nosso reconhecimento a todas e todos que tornaram possível esta obra coletiva — autores, avaliadores, coordenadores de Grupos de Trabalho, debatedores e equipe organizadora —, bem como às instituições e redes acadêmicas que fortalecem o ecossistema da pesquisa em Direito. Que a leitura desta coletânea seja, ao mesmo tempo, um encontro com o que há de mais vivo na produção científica contemporânea e um convite a seguir construindo, com coragem intelectual e responsabilidade pública, um Direito à altura do nosso tempo.

Belo Horizonte-MG, 16 de dezembro de 2025.

Prof. Dr. Paulo Umberto Stumpf – Reitor do Centro Universitário Dom Helder

Prof. Dr. Francelim Jorge Sobral de Brito – Vice-Reitor e Pró-Reitor de Graduação do Centro Universitário Dom Helder

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara – Pró-Reitor de Pesquisa do Centro Universitário Dom Helder

IMPACTOS DA INFLUÊNCIA DIGITAL À DINÂMICA INFORMACIONAL DE ELEITORES NO PROCESSO ELEITORAL

IMPACTS OF DIGITAL INFLUENCE ON THE INFORMATION DYNAMICS OF VOTERS IN THE ELECTORAL PROCESS

Beatriz Sombra ¹

Resumo

Este estudo investiga os impactos da atuação de influenciadores digitais na dinâmica informacional dos eleitores durante o processo eleitoral. Sua crescente relevância, sobretudo nas redes sociais, evidencia papel central na formação da opinião política, mesmo sem regulamentação. A pesquisa adota abordagem qualitativa, bibliográfica e exploratória, baseada em Bonavides (2007), Karhawi (2021), DataSenado (2019) e Cetic.br (2023). Apesar de iniciativas de controle sobre contratações eleitorais, a atuação espontânea continua moldando campanhas e influenciando eleitores, comprometendo a isonomia entre candidaturas. Conclui-se que a ausência de regras exige ação legislativa para garantir transparência e integridade democrática.

Palavras-chave: Influenciadores digitais, Processo eleitoral, Regulamentação

Abstract/Resumen/Résumé

This study investigates the impacts of digital influencers on the informational dynamics of voters during the electoral process. Their growing relevance, especially on social media, highlights their central role in shaping political opinion, even without regulation. The research adopts a qualitative, bibliographic, and exploratory approach, based on Bonavides (2007), Karhawi (2021), DataSenado (2019), and Cetic.br (2023). Despite initiatives to control electoral hiring, spontaneous action continues to shape campaigns and influence voters, compromising the equality between candidates. It is concluded that the absence of rules requires legislative action to ensure transparency and democratic integrity.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Digital influencers, Electoral process, Regulation

¹ Bacharel em Direito pela UFC. Trainee no escritório de advocacia TGMF. Pesquisadora do Núcleo de Estudos de Ciências Criminais da Fadir-UFC.

INTRODUÇÃO

As disputas eleitorais mais recentes evidenciam que as redes sociais se consolidaram como espaço para o debate político e a propaganda eleitoral. Embora o Horário Eleitoral Gratuito ainda desempenhe um papel relevante, especialmente para os cidadãos marginalizados digitalmente, já não representa a principal fonte de informação utilizada pelos eleitores para conhecer candidaturas e tomar decisões de voto.

Nas redes sociais, candidatos e entes políticos, a fim de ampliarem o alcance dos conteúdos, a divulgação de campanha e dos próprios discursos, disputam ou se alinham aos comunicadores de massas em evidência, popularmente conhecidos enquanto influenciadores digitais, objetivando alcançar o eleitor que se informa virtualmente.

De acordo com pesquisa realizada pelo Instituto DataSenado em 2019, mais de 45% dos eleitores brasileiros já utilizaram plataformas sociais como fonte de informação para a escolha de candidatos. Além disso, 79% dos 2.400 entrevistados afirmaram utilizar as redes sociais como principal meio para se manterem informados.

Nesse contexto, pode-se afirmar que a influência digital é o fenômeno da comunicação digital mais assistido pela sociedade. Trata-se de uma nova forma de comunicação, cuja confiabilidade da mensagem repassada é atestada por parâmetros próprios da cultura de influência. A partir da dinâmica cultural digital que se amolda, um terceiro qualquer “conhece” a suposta vida e personalidade de outro indivíduo, que transmite rotineiramente seus ideais e suas convicções, ainda que de modo indireto.

Ocorre que o influenciador também é um cidadão, que, inclusive, debate e se manifesta quanto ao cenário político-eleitoral de sua localidade. Inúmeros são os profissionais que ganham destaque por, especificamente, atuarem e se promoverem em plataformas sociais, debatendo e comentando a conjuntura política seja de forma direta ou indireta sob o próprio viés pessoal. Contudo, por vezes, tais manifestações são transmitidas de modo passional, inexistindo verificação de sua fidedignidade.

A naturalização da prestação de apoio público de influenciadores a determinadas candidaturas ou a crítica ostensiva a candidatos de espectros políticos opostos sob o pretexto do livre exercício da manifestação de pensamento e desacompanhadas de qualquer instrução regulamentadora transparece inocência. Entretanto, cabe destacar que, em certa medida, podem parecer inofensivas, contudo, podem imprimir prejuízo à Democracia e à lisura do processo eleitoral.

Nesse contexto, o objetivo do presente trabalho é analisar os impactos da atuação de influenciadores digitais no debate público-político diante da ausência de regulamentação expressa de sua atividade, nos termos do problema de pesquisa suscitado em resumo.

METODOLOGIA

Adota-se enquanto metodologia pesquisa bibliográfica e exploratória, utilizando-se abordagem explicativa. Através de revisão de literatura, é possível analisar artigos científicos de searas de ciências da comunicação e do direito quanto ao fenômeno de influência digital, além de sua natureza jurídica e regulamentação. Além disso, houve o estudo de dados aplicados oriundos do Instituto DataSenado coletados a partir de 2019 e, também, desenvolvidos pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br). Estes dizem respeito ao comportamento de brasileiros nas redes sociais, permitindo indicações acerca do tipo de conteúdo acessado e consumido.

DESENVOLVIMENTO

O crescimento exponencial do desenvolvimento tecnológico a partir do século XX criou uma sociedade na qual o conhecimento e a informação são a base em que as relações de poder se estabelecem (Sen, 1999, p. 5). No âmbito dos Estados Democráticos de Direito, a informação e a forma como se dá o acesso são essenciais à manutenção da Democracia e da legitimidade das instituições que a representam.

Segundo Bonavides (2007), o direito à informação configura-se como uma garantia fundamental intimamente ligada ao funcionamento da democracia. Para o autor, trata-se de um direito de quarta geração, assim como o direito à democracia e ao pluralismo, dos quais depende a construção de uma sociedade aberta ao futuro. Destaca, ainda, que a efetivação de uma democracia direta torna-se viável graças aos avanços tecnológicos de comunicação e à disseminação de informações corretas em um ambiente plural.

A popularização do acesso à internet, bem como das ferramentas que permitem sua utilização implicam em transformações na forma como o cidadão médio consome informações e, por conseguinte, participa da economia e da política. Para Habermas (2023, p. 15), é inegável que a entrada das tecnologias de informação e de comunicação produziram uma “mudança estrutural” de grande escala na comunicação pública.

O Marketing de influência constitui um fenômeno recente e ainda em processo de construção teórica, tanto no campo jurídico quanto nas ciências sociais. A atuação se caracteriza

pela capacidade de gerar engajamento, modelar comportamentos e disseminar informações por meio das plataformas digitais, especialmente redes sociais como Instagram, YouTube, TikTok e X (antigo Twitter). Apesar do papel relevante que representam à comunicação contemporânea, os influenciadores não encontram, até o momento, um conceito jurídico consolidado na legislação brasileira.

O influenciador digital é “ator midiático descentralizado” (Karhawi, 2021, p. 290) que compõe o ecossistema comunicacional contemporâneo, cuja definição ultrapassa os limites das perspectivas tradicionais da mídia e da publicidade. Na perspectiva sociológica de Karhawi (2021, p. 292), trata-se de um agente detentor do poder simbólico definido que, por meio da visibilidade conquistada nas redes sociais, é capaz de moldar percepções, comportamentos e decisões, inclusive no âmbito político (inserir referência).

A lógica que sustenta essa influência está ancorada em estratégias de marketing de conteúdo e na personalização da comunicação. A confiança gerada na relação entre influenciador e seguidor transforma esses agentes em mediadores altamente eficazes de decisões de compra, ampliando sua relevância econômica e seu potencial de interferência em comportamentos sociais e políticos. Os influenciadores são, portanto, uma categoria específica de celebridades da internet, caracterizados por sua habilidade de construir intimidade com o público, encenar autenticidade e converter essa relação em valor de mercado (Karhawi, 2021, p. 292).

Nesse sentido, o influenciador digital é um indivíduo que constrói sua audiência por meio de sua reputação positiva, talentos e habilidades, exercendo uma influência simbólica por meio de sua visibilidade das redes sociais. Contudo, a manutenção da audiência submete o influenciador a padrões de comportamentos e de conteúdo que necessitam corresponder à expectativa do público.

A partir dessa perspectiva, Oliveira e Tezzi (2021, p. 372) propõem que os influenciadores digitais operam dentro de uma nova lógica chamada de “indústria do posicionamento”: um fenômeno vinculado ao capitalismo informacional, no qual o engajamento com temas políticos, morais ou sociais se converte em capital simbólico e financeiro. A partir dessa perspectiva, deixam de ser apenas produtores de conteúdo e passam a ocupar posições centrais no debate público, mostrando-se decisivos na formação da opinião pública que pode ser diretamente correlata à exposição na internet.

Importante consignar que a influência no que se refere à lógica informacional sempre existiu independentemente do surgimento das redes sociais. Ainda nos anos 1940, o sociólogo Paul Lazarsfeld (Pollak, 2018, p. 120) formulou o conceito de “Líder de opinião”, sujeitos que seriam capazes de mobilizar grupos e parcelas do eleitorado de forma alheia aos meios tradicionais de comunicação.

No Brasil, a utilização massiva de redes sociais e, respectivo consumo de conteúdos produzidos por influenciadores, progressivamente os destaca dos demais meios de comunicação. Segundo a pesquisa TIC Domicílios de 2023, realizada pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), cerca de 38% da população brasileira consome vídeos e conteúdos veiculados por influenciadores. Entre os homens o percentual chega a 42% e entre as mulheres diminui para 33% (Comitê Gestor Da Internet No Brasil, 2024, p. 95)

É possível, a partir dos dados elencados, ratificar o alcance que a influência digital possui ante à população, especialmente nos dias atuais. Diante disso, é consequência lógica que candidaturas e entes partidários procurem os meios sociais para difusão de seus ideais. Assim, essa procura e participação em redes sociais, inclusive, não se dá de forma restrita aos seus próprios perfis e em meios de comunicação oficial, mas, também, através do alcance de públicos já influenciados e fidedignos às celebridades digitais em meios aos debates e as pautas públicas, por vezes, moderados pelos agentes de comunicação, haja vista que podem ocorrer através das próprias redes sociais.

No contexto da Justiça Eleitoral, necessário dispor que a contratação de influenciadores digitais por candidatos já possui disposição normativa, sendo condição vedada pelo Tribunal Superior Eleitoral. Com a inserção do §8º ao art. 29 da Resolução nº 23.610/2019, por meio da Resolução nº 23.671/2021, tornou-se proibida a contratação de pessoas físicas ou jurídicas para promover publicações de conteúdo político-eleitoral em seus perfis, páginas, canais ou equivalentes, em redes sociais ou plataformas digitais, bem como em seus próprios sítios eletrônicos. O descumprimento dessa norma sujeita o infrator à aplicação de multa entre R\$ 5.000,00 e R\$ 30.000,00, ou, alternativamente, ao pagamento de valor equivalente ao dobro da quantia despendida, prevalecendo o montante mais elevado (Brasil, 2021, online).

Contudo, a contratação não é requisito essencial para que uma campanha seja direta ou indiretamente beneficiada ou desfavorecida pela atuação de influenciadores digitais. Os agentes em questão atuam, muitas vezes, à margem da estrutura oficial das campanhas, mas

com efeitos diretos e mensuráveis sobre a dinâmica do voto. Embora não sejam candidatos, nem necessariamente contratados formalmente por partidos, os influenciadores operam como mediadores políticos ao promover ou desqualificar narrativas, candidaturas e projetos ideológicos.

A influência digital não pode mais ser tratada como fenômeno periférico ao processo eleitoral, mas como parte integrante das estratégias contemporâneas de mobilização e persuasão política. O uso estratégico das redes sociais pelos candidatos se consolidou como uma das principais ferramentas de mobilização e persuasão eleitoral. (Suuronen, Reinikainen, Borchers, Strandberg, 2021, p. 304)

A dificuldade central que se impõe ao ordenamento jurídico diz respeito à ausência de regulamentação específica para esse tipo de atuação. A Lei nº 9.504/1997, que, por sua vez, regulamenta as eleições, não contempla a figura do influenciador digital, tampouco estabelece parâmetros objetivos para distinguir uma manifestação espontânea de apoio de uma propaganda irregular ou impulsionada, o que tem levado a uma atuação predominantemente interpretativa e casuística da Justiça Eleitoral.

A lacuna normativa em questão enfraquece o controle institucional sobre práticas que, na essência, possuem o mesmo efeito das estratégias formais de campanha, sobretudo quando envolvem publicidade disfarçada, monetização indireta, impulsionamento de conteúdos ou uso coordenado de perfis digitais. Portanto, as práticas desafiam os princípios da isonomia entre candidaturas, da transparência e da legitimidade democrática do processo eleitoral.

CONCLUSÕES

A desinformação, o discurso polarizado e a lógica algorítmica de segmentação, características intrínsecas ao ambiente virtual das redes sociais, intensificam os riscos ao processo democrático, sobretudo ao distorcerem a formação da opinião pública e favorecerem bolhas informacionais. Os elementos tornam o ambiente digital particularmente vulnerável à manipulação simbólica, exigindo, portanto, respostas normativas compatíveis com a complexidade e a velocidade da comunicação contemporânea.

A ausência de regulamentação específica para a atuação de influenciadores digitais como agentes políticos ocasionais, consoante ao exposto no desenvolvimento do trabalho, evidencia uma lacuna legislativa preocupante. Necessário ponderar que a referida omissão não apenas contribui para um cenário de insegurança jurídica, mas, também, compromete princípios

essenciais ao processo eleitoral, a exemplo da isonomia entre candidaturas, a transparência e a equidade no acesso à informação política.

O crescimento do papel desses atores na esfera pública, ainda que não formalmente reconhecidos como meios de comunicação ou agentes políticos, os posiciona como protagonistas na construção de preferências eleitorais e na mediação simbólica entre eleitores e candidatos. A viralização de conteúdos políticos propagados por influenciadores, muitas vezes sem respaldo ético ou compromisso com a veracidade dos fatos, representa uma ameaça concreta à legitimidade do pleito, especialmente quando tais práticas resultam em vantagens indevidas para determinadas candidaturas.

Diante desse cenário, é urgente que o ordenamento jurídico avance na formulação de diretrizes claras e eficazes para disciplinar a atuação desses novos agentes da comunicação política. Não se trata de restringir a liberdade de expressão, mas de assegurar que ela se exerça com responsabilidade, em consonância com os valores democráticos e com a proteção da integridade eleitoral.

Esta pesquisa não tem a pretensão de encerrar o debate, mas de contribuir com a reflexão crítica sobre um fenômeno emergente e ainda pouco regulamentado. O reconhecimento da influência digital como exercício de poder simbólico exige uma reconfiguração das normas que regem a esfera pública, a fim de garantir que a democracia se mantenha plural, transparente e acessível em tempos de hiperconectividade.

REFERÊNCIAS

BONAVIDES, Paulo. **Curso de Direito Constitucional**. 20. ed. São Paulo: Malheiros, 2007.

BRASIL. **Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997**. Estabelece normas para as eleições. Diário Oficial da União, Brasília, 1 out. 1997. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19504.htm. Acesso em: 16 set. 2025.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019**. Estabelece normas para a propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito e condutas ilícitas em campanha eleitoral. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-de-dezembro-de-2019>. Acesso em: 16 set. 2025.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução nº 23.671, de 14 de dezembro de 2021**. Altera a Resolução nº 23.610/2019, que dispõe sobre propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito e condutas ilícitas em campanha eleitoral. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2021/resolucao-no-23-671-de-14-de-dezembro-de-2021>. Acesso em: 16 set. 2025.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL (CGI.br). **TIC Domicílios 2023: pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros**. São Paulo: CGI.br, 2024, p. 95. Disponível em: <https://cetic.br/pt/pesquisa/domicilios/publicacoes/>. Acesso em: 15 set. 2025.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Tradução de Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

KARHAWI, Issaaf. **Influenciadores digitais, celebridades da internet e ‘blogueirinhas’: uma entrevista com Crystal Abidin**. Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, v. 44, p. 289-301, jan./abr. 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1809-58442021114>. Acesso em: 15 set. 2025.

OLIVEIRA, Sávio Silva de; TEZZI, Magda Maria Diniz. O papel dos influenciadores digitais na formação da opinião pública: a indústria do posicionamento. **Revista do Instituto de Ciências Humanas**, Belo Horizonte, v. 17, n. 27, p. 362-374, 2021. ISSN 2359-0017.

POLLAK, Michael. **Paul F. Lazarsfeld: fundador de uma multinacional científica**. Política e Sociedade, Florianópolis, v. 17, n. 38, p. 115-135, jan./abr. 2018.

REDE SENADO. **Redes sociais, notícias falsas e privacidade de dados na internet**. Pesquisa DataSenado, nov. 2019. Disponível em: <https://www.senado.leg.br/datasenado>. Acesso em: 15 set. 2025.

SEN, Amartya Kumar. **Democracy as a universal value**. Journal of Democracy, Baltimore, v. 10, n. 3, p. 3-17, July 1999. Disponível em: <https://www.journalofdemocracy.org/articles/democracy-as-a-universal-value/>. Acesso em: 15 set. 2025.

SUURONEN, Aleksii.; REINIKAINEN, Hanna.; BORCHERS, Nill. S.; STRANDBERG, Kim. **When social media influencers go political: an exploratory analysis on the emergence of political topics among Finnish influencers**. Javnost - The Public, v. 29, n. 3, p. 295-312, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1080/13183222.2021.1983367>. Acesso em: 16 set. 2025.