



A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS NA FORMAÇÃO DA OPINIÃO PÚBLICA E SUA REPERCUSSÃO NO PROCESSO PENAL

KARINE DIVINA SANT ANA RODRIGUES; PATRÍCIA DE ALBUQUERQUE SOBREIRA;
TARCIANA DE ALBUQUERQUE SOBREIR; FERNANDO JOSÉ MARQUES HOENEN;
MARIA AUXILIADORA DA SILVA

Introdução: O impacto das mídias sociais na formação da opinião pública é visível na maneira de como também surge a desinformação e 'Fake News', que podem ser orquestradas para manipular e influenciar a opinião pública, e até decisões de julgamentos. O uso das novas tecnologias da comunicação faz com que a notícia ou a informação chegue mais rápido à população, o que pode provocar um ressoar da informação e até de formação da opinião pública, baseado nas informações que foram divulgadas. **Objetivo:** Evidenciar a influência das mídias sociais na formação da opinião pública e sua repercussão no processo penal. **Metodologia:** Estudo de Revisão bibliográfica a partir de pesquisa quali-quantitativa, realizado por meio de busca em periódicos e plataformas como o Google e artigos em revistas científicas com descritores: influência das mídias sociais; opinião pública; mídias sociais, utilizando a estatística descritiva para demonstração dos resultados, em quadros, tabelas/gráficos, com corte temporal de 10 anos, de 2014 a 2024. **Resultados:** Cada vez mais a mídia e a imprensa vêm sendo responsáveis por influenciar decisões e julgamentos judiciais, pois, essas podem criar comoção pública fazendo com que determinado assunto tome grande repercussão e gere polêmicas, principalmente em casos de crimes hediondos, como o caso Nardoni. **Conclusão:** A mídia dá acesso às informações cotidianas, tratando-se de um formador de opiniões que gera diversos debates na sociedade, conseguindo penetrar facilmente na órbita processual, influenciando os membros de um júri popular. Conclui-se que a mídia sensacionalista, pode exercer influência na formação de opinião da população e consequentemente no convencimento dos jurados, podendo gerar inevitáveis pré-julgamentos baseados em suas notícias.

Palavras-chave: **INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS; OPINIÃO PÚBLICA; MÍDIAS SOCIAIS**