

A ESTETIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO POLÍTICA NO INSTAGRAM

Mediação da Informação, Autoridade Informacional e Consumo Crítico na Economia da
Atenção

THE AESTHETICIZATION OF POLITICAL INFORMATION ON INSTAGRAM

*Information Mediation, Informational Authority, and Critical Consumption in the
Attention Economy*

Paulo Ricardo Silva Lima

Universidade Estadual de Alagoas, UNEAL
E-mail: pauloricardo.silvalimma@gmail.com

João Rodrigo Santos Ferreira

Ministério Público do Estado de Alagoas
E-mail: joaorsferreira@gmail.com

RESUMO

Introdução: As redes sociais digitais transformaram significativamente os processos de produção, circulação, mediação e consumo da informação, inclusive no campo político. Nos últimos anos, o Instagram consolidou-se como uma das principais plataformas de disseminação de conteúdos políticos, impulsionado por recursos visuais, formatos breves e mecanismos algorítmicos orientados pela lógica da economia da atenção, na qual a disputa pela atenção dos usuários se torna um elemento central da dinâmica informacional. Nesse contexto, ferramentas como reels, carrosséis e publicações de forte apelo visual têm contribuído para a chamada estetização da informação política, fenômeno em que conteúdos complexos são adaptados para formatos sintéticos, visualmente atrativos e facilmente consumidos. Embora esse processo amplie o alcance e a acessibilidade da informação, também suscita questionamentos acerca da superficialização do debate público, da construção da autoridade informacional e da capacidade crítica dos usuários diante dos conteúdos consumidos. Objetivo: Diante desse cenário, o estudo tem como objetivo analisar como a estetização da informação política no Instagram impacta os processos de mediação da informação, a construção da autoridade informacional e o consumo crítico de conteúdos políticos em ambientes

digitais marcados pela economia da atenção. Especificamente, busca discutir a transformação da informação política em conteúdo visual de rápida circulação, examinar estratégias de simplificação informacional adotadas por perfis políticos e institucionais, identificar elementos relacionados à construção da autoridade informacional nas redes sociais e refletir sobre os efeitos da superficialização da informação no consumo político digital. Metodologia: Metodologicamente, a pesquisa caracteriza-se como qualitativa, de natureza exploratória, fundamentada em revisão bibliográfica e análise de conteúdo. O corpus empírico será composto por postagens publicadas em perfis institucionais do Instagram, incluindo órgãos como o Tribunal Superior Eleitoral, o Senado Federal e a Câmara dos Deputados. A análise será conduzida a partir de categorias previamente definidas, tais como simplificação informacional, apelo visual, uso de elementos emocionais, construção da autoridade informacional, estratégias de mediação da informação, superficialização do conteúdo, velocidade de consumo e mecanismos de engajamento. Resultados esperados: Como resultados esperados, pressupõe-se que a lógica estética e algorítmica do Instagram favoreça processos de simplificação da informação política, configurando um paradoxo informacional característico da economia da atenção. Por um lado, a adaptação de conteúdos complexos para formatos visuais, sintéticos e altamente compartilháveis amplia sua circulação e acessibilidade, contribuindo para a democratização do acesso à informação política e para a aproximação de públicos tradicionalmente distantes dos debates institucionais. Por outro, essa mesma dinâmica tende a privilegiar conteúdos de rápida assimilação em detrimento da contextualização e da profundidade analítica, estimulando formas fragmentadas de consumo informacional e limitando a construção de uma compreensão crítica dos fenômenos políticos. Nesse cenário, observa-se um deslocamento dos critérios tradicionais de autoridade informacional, historicamente associados à expertise, à confiabilidade das fontes e à qualidade da informação, para critérios vinculados à visibilidade algorítmica, ao engajamento e à performance estética dos conteúdos. Desse modo, a credibilidade da informação política passa a ser influenciada não apenas por seu conteúdo substantivo, mas também por sua capacidade de atrair atenção, gerar interação e adequar-se às dinâmicas comunicacionais das plataformas digitais. Considerações finais: Conclui-se que a estetização da informação política representa um dos principais desafios contemporâneos para a Ciência da Informação, ao exigir reflexões sobre os limites entre democratização do acesso e superficialização informacional. Sob a

perspectiva da mediação da informação, torna-se fundamental compreender como as plataformas digitais reconfiguram os processos de produção de sentido, construção da autoridade informacional e formação crítica dos cidadãos. Assim, o estudo contribui para o debate sobre os impactos da economia da atenção na circulação da informação política e sobre o papel das mediações informacionais na promoção de práticas mais críticas e qualificadas de consumo informacional em ambientes digitais.

Palavras-chave: Informação política, Instagram, Autoridade Informacional, Estetização da Informação.

ABSTRACT

Introduction: Digital social networks have significantly transformed the processes of information production, circulation, mediation, and consumption, including within the political sphere. In recent years, Instagram has established itself as one of the leading platforms for the dissemination of political content, driven by visual resources, short-form formats, and algorithmic mechanisms guided by the logic of the attention economy, in which competition for users' attention becomes a central element of informational dynamics. In this context, features such as reels, carousels, and visually appealing posts have contributed to the so-called aestheticization of political information, a phenomenon in which complex content is adapted into synthetic, visually attractive, and easily consumable formats. While this process expands the reach and accessibility of information, it also raises concerns regarding the superficialization of public debate, the construction of informational authority, and users' critical capacity when engaging with political content. **Objective:** In light of this scenario, this study aims to analyze how the aestheticization of political information on Instagram affects information mediation processes, the construction of informational authority, and the critical consumption of political content in digital environments shaped by the attention economy. Specifically, the study seeks to discuss the transformation of political information into rapidly circulating visual content, examine information simplification strategies adopted by political and institutional profiles, identify elements related to the construction of informational authority on social media platforms, and reflect on the effects of information superficialization on digital political consumption. **Methodology:** Methodologically, the research is qualitative and exploratory in nature, based on a literature review and content analysis. The empirical corpus will consist of posts

XII Congresso Internacional em Tecnologia e Organização da Informação

Guimarães, 24 de junho a 10 de julho de 2026

ISSN: 2965-4130

DOI: 10.5281/zenodo.23103054

published on institutional Instagram profiles, including organizations such as Brazil's Superior Electoral Court (TSE), the Federal Senate, and the Chamber of Deputies. The analysis will be conducted using previously defined categories, including information simplification, visual appeal, use of emotional elements, construction of informational authority, information mediation strategies, content superficialization, consumption speed, and engagement mechanisms. Expected Results: The study assumes that Instagram's aesthetic and algorithmic logic favors processes of political information simplification, configuring an informational paradox characteristic of the attention economy. On the one hand, the adaptation of complex content into visual, synthetic, and highly shareable formats expands its circulation and accessibility, contributing to the democratization of access to political information and bringing institutional issues closer to audiences traditionally distant from political debates. On the other hand, this same dynamic tends to privilege content that can be rapidly assimilated at the expense of contextualization and analytical depth, encouraging fragmented forms of information consumption and limiting the development of a critical understanding of political phenomena. In this scenario, there is a shift away from traditional criteria of informational authority—historically associated with expertise, source reliability, and information quality—toward criteria linked to algorithmic visibility, engagement metrics, and the aesthetic performance of content. Consequently, the credibility of political information becomes influenced not only by its substantive content but also by its ability to attract attention, generate interaction, and adapt to the communicative dynamics of digital platforms. Final Considerations: It is concluded that the aestheticization of political information represents one of the major contemporary challenges for Information Science, as it demands reflection on the boundaries between the democratization of access and informational superficialization. From the perspective of information mediation, it is essential to understand how digital platforms reconfigure processes of meaning-making, the construction of informational authority, and the critical development of citizens. Thus, the study contributes to the debate on the impacts of the attention economy on the circulation of political information and on the role of informational mediation in promoting more critical and qualified information consumption practices in digital environments.

Keywords: Political Information, Instagram, Informational Authority, Information Aestheticization.

REFERÊNCIAS

ALMEDA JÚNIOR, O. F. de. Mediação da informação: um conceito atualizado. *In*: BORTOLIN, S.; SANTOS NETO, J. A. de.; SILVA, R. J. de. **Mediação oral da informação e da leitura**. Londrina: Abecin, 2015.

FERREIRA, J. R. S.; LIMA, P. R. S.; SOUZA, E. D. de. Desinformação, infodemia e caos social: impactos negativos das fake news no cenário da COVID-19. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 27, n. 1, p. 30-53, 2021.

SIMON, H. A. Designing organizations for an information-rich world. *Computers, communications, and the public interest*, Baltimore, p. 37-52, 1971.