

Manipulação midiática e formação de opinião pública na série *The Boys*: uma leitura crítica¹

Nilânia Santos de Paiva²

Cláudio Messias³

Universidade Federal de Campina Grande - UFCG

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo realizar uma análise crítica da série *The Boys*, mensurando como a manipulação midiática é representada na narrativa e como essa ficção dialoga com os mecanismos reais de controle de opinião pública. Considera-se a realidade representativa em dois aspectos, quais sejam, a manipulação desencadeada na série e a repetição de tal retórica na vida real, com a mídia manipulando o que seja a verdade na qual a audiência deva acreditar.

PALAVRAS-CHAVE: Ficção televisiva; paradigma educacional; desinformação; comunicação; manipulação.

APRESENTAÇÃO

O trabalho faz uma análise, na perspectiva do paradigma educacional (MESSIAS, 2010), do impacto que uma série como *The Boys*, disponível na plataforma Amazon Prime Vídeo, tem na audiência a partir de duas representações. Na primeira das representações compreende-se o que está roteirizado na produção em forma de ficção, ou seja, na sinopse, concebendo que há um jogo de manipulação da opinião pública por trás da série. A segunda forma de representação aqui concebida é aquela em que uma série do gênero possa ou não impactar no discernimento da audiência com relação à estrutura de poder por trás das manipulações midiáticas, eixo central dos estudos epistemológicos da Educação.

Para chegar à análise propriamente dita recorreremos, inicialmente, ao que postula Castells (2013), para quem a mídia é o principal meio de comunicação existente no mundo contemporâneo, exercendo um papel essencial na formação da opinião pública. Para o autor, o poder de influenciar decisões sociais e políticas encontra-se naqueles que

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação, Tecnologia e Sociedade, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 26 a 28 de junho de 2025.

² Estudante de Graduação, 4º semestre, do bacharelado Comunicação Social/ Educação na Universidade Federal de Campina Grande-PB, e-mail: nilaniasantos2004@gmail.com

³ Professor do Curso de Comunicação Social/Educação da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), e-mail: claudio.messias@professor.ufcg.edu.br

controlam os canais de comunicação. "Por mídia quero dizer todo o conjunto de organizações e tecnologias de comunicação [...] incluindo, portanto, tanto a comunicação de massa quanto a autocomunicação de massa. A política da mídia é a administração da política na e pela mídia." (CASTELLS, 2013).

A influência que a mídia possui na sociedade leva ao questionamento de: "Como diferenciar entre a verdade e a manipulação?" A resposta dessa pergunta talvez esteja na forma como a sociedade consome e interpreta as informações fornecidas pela mídia. Uma das principais formas de controle midiático sobre a população é a ampla seletividade quanto às pautas e histórias que vão ao ar, instigando os seus consumidores a uma percepção pública de um determinado assunto. Além do mais, com o avanço das TICS (Tecnologias da Informação e Comunicação), somos constantemente bombardeados por uma quantidade cada vez maior de informações, em uma espécie de corrida informacional, na qual prevalece quem notifica primeiro, quem fala mais rápido.

A ficção tem frequentemente demonstrado em suas produções o poder que a mídia exerce na sociedade, gerando debates subjetivos sobre esse tema. A série *The Boys*, lançada em 2019 pela Amazon prime Vídeo, exemplifica isso ao retratar uma empresa que gerencia super-heróis e altera a narrativa pública em benefício próprio, gerando embates constantes de opiniões. Por intermédio dessa representação, a obra evidencia como os meios de comunicação podem estar diretamente relacionados a formação do pensamento dos indivíduos e manipulação da mídia como forma de controle social.

Não distante da ficção, a manipulação midiática está presente no contexto político brasileiro. Nas eleições de 2018, a desinformação e o discurso de ódio se intensificaram, e a mídia tornou-se um instrumento de persuasão, influenciando decisões dos eleitores, que nada mais são do que consumidores de mídia, ou seja, audiência.

Com o crescimento das redes sociais, tornou-se mais fácil a utilização das campanhas midiáticas, interferindo diretamente na construção da imagem de políticos e partidos, como visto em *The Boys*. Cada veículo de comunicação segue uma linha editorial que determina o que será exibido ou omitido, selecionando quais pautas são consideradas relevantes ou não. Tal realidade também é apresentada na série da Amazon Prime Vídeo.

Essa seletividade, vemos, contribui para que os telespectadores – enquanto sujeito discursivo - se identifiquem com as mensagens alinhadas às suas crenças e ideologias pré-existentes. "O sujeito discursivo é constituído como 'eu' no interior de uma formação discursiva que o determina, ao mesmo tempo, como sujeito do seu discurso e como sujeito

da ideologia que o domina.” (PÊCHEUX, 1995, p. 159). Dessa forma, a opinião pública é moldada por um processo de mediação social e cultural, condicionado pelo contexto em que o indivíduo está inserido.

DESCREVENDO A SÉRIE *THE BOYS*

Na trama, a Vought International é a corporação que gerencia a vida pública e pessoal dos super-heróis, exercendo forte presença no cenário político e na imprensa. A empresa usa sua influência midiática para adulterar ou omitir informações que prejudiquem sua imagem, induzindo a opinião pública a percepções sociais e políticas específicas. Um dos principais personagens, Homelander (ou Capitão Pátria), interpretado por Antony Starr, lidera o grupo “Os 7”. Ele é símbolo do patriotismo norte-americano, com imagem construída pela Vought como herói perfeito, carismático e bondoso, admirado mundialmente. A Vought controla o que será divulgado e como, agindo rapidamente para ocultar ou desviar a atenção de ações polêmicas ou violentas, especialmente de Homelander. Isso ocorre por meio de manipulação narrativa ou “cortinas de fumaça” que amenizam a gravidade da situação. Assim, propaga-se uma imagem idealizada dos super-heróis — mesmo que ameacem a segurança pública —, fortalecendo a reputação da empresa e despertando desejo de pertencimento, sobretudo entre os jovens.

De forma análoga à ficção, vemos que a indústria midiática tem o poder de controlar ou persuadir pensamentos e posicionamentos, principalmente com o uso de órgãos de grande influência — como a Vought. A ausência de educação midiática e a desinformação agravam esse cenário.

METODOLOGIA E FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Com base no objetivo proposto, optou-se por uma metodologia qualitativa, amparada pela análise interpretativa, fundamentada por uma análise crítica da narrativa do seriado *The boys*, para compreender os mecanismos de manipulação midiática na ficção. Para Denzin e Lincoln (2006) a pesquisa qualitativa estuda situações naturais de forma interpretativa, tentando entender como os símbolos, personagens e discursos possuem um significado.

O trabalho foi fragmentado em algumas linhas de pensamento, sendo elas: A comunicação como dispositivo de poder, análise crítica da mídia e estética e política do sensível. Essas repartições auxiliam no desenvolver da pesquisa.

Vê-se, portanto, que a mídia é o principal meio de circulação de comunicação atualmente, sendo essencial analisar a origem etimológica do termo “comunicação”. Derivada do latim “comunicare”, que significa “partilhar, tornar comum, trocar opiniões”. A comunicação, segundo Freire (1983), é fundamental na realidade humana,

mediando a interação entre indivíduos conscientes e seus contextos. Temos, pois, uma análise estética a aprofundar.

De acordo com Costa (2002), a emergência do estético na cultura humana precisa considerar o aspecto da criação do mundo ficcional. Há, nesse sentido, o papel independente e autônomo exercido pelo estético dentro da expressão humana, uma vez que os enunciados dos sujeitos são carregados de significados. A autora ressalta que, nesse aspecto, o belo deva ser entendido não como uma invenção humana, mas como um fator que desempenha um papel essencial na nossa cultura humana, como recurso próprio e consciente de nossas formas linguísticas” (p.88).

Costa ainda salienta que a poesia que caracteriza nossas formas expressivas seja responsável não somente pela repercussão de um enunciado sobre a existência de outrem, do próximo, mas também pela criação de uma forma peculiar de linguagem, que é a ficção. A autora afirma que os textos ficcionais proporcionam ao leitor uma experiência singular, permitindo-lhe vivenciar situações e relações incomuns por meio de um processo metafórico, rompendo com o compromisso histórico típico dos relatos documentais. Diferente da experiência vivida nesses relatos, a ficção estabelece um pacto intersubjetivo entre autor e público (COSTA, 2002).

Costa, pois, cita o que define como fruição do belo enquanto, este, sendo uma forma de domínio estético dos meios de expressão humana. A significação desse tipo de representação é, logo, ligada à metáfora, formada pela poesia intencional do ato criativo e pela relação ficcional estabelecida pelo enunciado. Compreender, destarte, que um enunciado publicado não faz parte da realidade objetiva mas tão somente de uma representação ficcional dessa realidade, dentro da subjetividade, envolve uma série de contextos que podem estar unicamente no tempo presente da contemplação. Olhar para tal enunciado fora de seu contexto associado a um tempo histórico formado por um conjunto complexo de fatores pode tornar, vemos, a análise de uma ficção como sendo parte de algo real que nunca existiu.

Se comunicar, pois, é lançar conteúdos em forma de enunciados, dentro de uma intencionalidade, assimilar tais produtos da ação humana remete a uma suficiência de compreensão da parte receptora. Essa ligação entre o que o enunciador pretende e o que o receptor espera Rancièr (2005) define como sendo a partilha do sensível. Somos, de acordo com o autor, sujeitos dotados de um sensorio que torna comum o que se busca e o que é buscado. A sintonia, outrossim, entre a intenção comunicativa e a busca de significação para o que está, em resposta, na enunciação.

Rancière afirma que haja um sistema de evidências sensíveis que revele tanto um comum compartilhado quanto partes exclusivas, estabelecendo uma divisão de espaços, tempos e atividades que determina como a participação ocorre e como as pessoas se inserem nessa partilha (2005, p. 15).

Temos, nesse prisma, uma acepção sobre o que Rancière estabelece como práticas estéticas. Nessa forma de compreensão, o autor exprime que haja um sentido no entendimento enquanto forma de visibilidade das práticas da arte, do lugar que ocupam, do que fazem incidir no que diz respeito ao comum.

Se há, nesse ínterim, maneiras de fazer, que são práticas artísticas, igualmente há nessa distribuição uma forma de fazer chegar e dar visibilidade ao que foi enunciado. E essa visualização, dentro da compreensão, perpassa pela suficiência de comum que envolve, esteticamente, a intenção do autor e a necessidade e espiração da parte que recebe.

CONCLUSÃO

Iniciamos nesse trabalho uma análise da série *The Boys*, da plataforma Amazon Prime Vídeo, que faz na ficção um tipo de manipulação comumente visto na vida real, só que exposto igualmente nas telas, pois perpassam pela edição de grupos de mídia. Ou seja, a vida real enquanto parte manipulada é vista em uma série feita para o formato de tela doméstica, ao passo em que a vida real fruto da ficção pode despertar criticamente a audiência na forma de discernimento.

Compreendemos que a palavra-chave dessa relação entre trama ficcional e realidade objetiva esteja no modo de discernir da audiência. Se na série *The Boys* a opinião pública é manipulada por uma empresa de mídia e o público-alvo que a assiste na vida real não compreende, trata-se, na perspectiva dos estudos da Educomunicação, de ausência de letramento midiático que, no âmbito do capital cultural, afaste essa parte do público da realidade objetiva.

A emancipação do sujeito da audiência, que assiste à série *The Boys* e outras produções correlatas, perpassa pelo domínio de separar o que seja informação e o que seja desinformação, por exemplo. No entanto, como o acesso à verdade é controlado por interesses determinados pela mídia dominante, esse discernimento passa a ser utópico.

REFERÊNCIAS

- DENZIN, N. K; LINCOLN, Y. S. **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. 2, ed. Porto Alegre: Artmed, 2006.
- FREIRE, P. **Extensão ou comunicação?** 7. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

FOUCAULT, M. História da sexualidade. In: **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 2000.

AMARAL, A. O. do. A comunicação organizacional na contemporaneidade: uma proposta de comunicação estratégica. 2021. **Trabalho de Conclusão de Curso** (Bacharelado em Comunicação Organizacional) - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2021. Disponível em: <https://repositorio.bc.ufg.br/handle/ri/22255>. Acesso em: 5 maio 2025.

BRAGA, J. M.; CALAZANS, R. **O caos da informação**: telecomunicação, cultura e sociedade. Porto Alegre: Sulina, 2001.

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

COSTA, M. C. C.. **Questões de arte**: o belo, a percepção estética e o fazer artístico. São Paulo: Moderna, 2004

_____/ Estética dos meios de comunicação. In: BACCEGA, Maria Aparecida (org.). **Gestão de processos comunicacionais**. São Paulo: Atlas, 2002.

THE BOYS. Direção: Eric Kripke. [S.l]: Amazon Prime Video, 2019. Série de TV.

LEAL, N. Três propostas concretas para combater a desinformação com educação

MESSIAS, C. A epistemologia da educomunicação em aferição: por uma contextualização de habitus no paradigma educomunicativo. 2017. **Tese** (Doutorado em Ciências da Comunicação). Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo.

RANCIÈRE, J. **A partilha do sensível**: estética e política. São Paulo: Ed. 34, 2005.