
INFLUENCIADORES DIGITAIS, DESINFORMAÇÃO E DEMOCRACIA: DESAFIOS PARA A REGULAÇÃO ELEITORAL NO BRASIL

DIGITAL INFLUENCERS, DISINFORMATION, AND DEMOCRACY: CHALLENGES FOR ELECTORAL REGULATION IN BRAZIL

Allan Titonelli Nunes¹

Daniel Giotti de Paula²

-
- ¹ Mestre em Administração Pública pela Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas (EBAP/FGV). Especialista em Administração Pública pela FGV, em Direito Municipal pela Universidade Anhanguera (Uniderp) e em Pós-Graduação em Direito Tributário pela Universidade do Sul de Santa Catarina (Unisul). Bacharel em Direito pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Coordenador de Formação e Educação Continuada da Escola Superior da AGU (ESAGU). Procurador da Fazenda Nacional.
 - ² Doutor em Finanças Públicas, Tributação e Desenvolvimento pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Mestre em Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Especialista em Direito Econômico e Empresarial pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Bacharel em Direito pela UFJF. Professor convidado da Pós-Graduação em Direito da PUC-Rio e da UERJ. Procurador da Fazenda Nacional.

SUMÁRIO: Introdução. 1. A nova arena política são as redes. 2. O poder do influenciador digital no cenário político da “infosfera” ou no mundo “figital”. 3. Contradições eleitorais no “Admirável Novo Mundo Digital”. 4. Redes sociais e a desinformação. 5. Combate à desinformação e ao aumento da violência eleitoral. 6. AGU e a defesa da democracia. Conclusão. Referências.

RESUMO: O presente artigo analisa a crescente influência das redes sociais no processo político-eleitoral brasileiro, a partir de três eixos temáticos: o papel dos influenciadores digitais, os riscos da desinformação para a integridade democrática e o aumento da violência política como consequência do ambiente de radicalização alimentado pelas plataformas digitais. A partir de revisão bibliográfica e análise normativa, constata-se que a política tem migrado das arenas tradicionais para o ambiente digital, alterando profundamente a comunicação entre candidatos e eleitores. Identificam-se contradições relevantes: enquanto os meios de comunicação tradicionais estão submetidos a rígidas restrições eleitorais, os influenciadores digitais atuam em um vácuo regulatório, sem obrigações equivalentes de isonomia e imparcialidade. O artigo examina ainda o fenômeno da desinformação, seus efeitos sobre a participação cidadã, o aumento documentado da violência política e as respostas institucionais empreendidas pela Justiça Eleitoral e pela Advocacia-Geral da União (AGU) para enfrentar esses desafios em um mundo da vida cada vez mais digitalizado. Conclui-se que três demandas normativas são urgentes: garantir tratamento equânime entre mídias tradicionais e digitais no período eleitoral, regulamentar a transparência e a neutralidade dos algoritmos das redes sociais e fortalecer os instrumentos jurídicos de combate à violência política, especialmente diante do recente afrouxamento das políticas de moderação de conteúdo pelas grandes plataformas tecnológicas.

PALAVRAS-CHAVES: Redes sociais. Influenciadores digitais. Plataformas digitais. Desinformação. Direito Eleitoral. Democracia. Regulação.

ABSTRACT: This article analyzes the growing influence of social media on the Brazilian political-electoral process, based on three thematic axes: the role of digital influencers, the risks of disinformation to democratic integrity, and the increase in political violence as a consequence of the radicalization environment fueled by digital platforms. Through a literature review and normative analysis, it is observed that politics has migrated from traditional arenas to the digital environment, profoundly altering

communication between candidates and voters. Relevant contradictions are identified: while traditional media are subject to strict electoral restrictions, digital influencers operate in a regulatory vacuum, without equivalent obligations of equality and impartiality. The article also examines the phenomenon of disinformation, its effects on citizen participation, the documented increase in political violence, and the institutional responses undertaken by the Electoral Court and the Attorney General's Office to address these challenges in an increasingly digitalized world. It is concluded that three normative demands are urgent: guaranteeing equitable treatment between traditional and digital media during the electoral period, regulating the transparency and neutrality of social media algorithms, and strengthening legal instruments to combat political violence, especially in light of the recent loosening of content moderation policies by major technology platforms.

KEYWORDS: Social media. Digital influencers. Digital platforms. Disinformation. Electoral law. Democracy. Regulation.

INTRODUÇÃO

A política democrática sempre exigiu que candidatos e governantes conquistassem o apoio da sociedade por meio da comunicação. Cada época moldou seus próprios canais: os comícios e panfletos do século XIX, o rádio que revolucionou o século XX, a televisão que dominou as últimas décadas do milênio passado. No tempo presente, as redes sociais tornaram-se a principal arena do debate político, alterando profundamente não apenas a forma como a mensagem chega ao eleitor, mas também quem tem o poder de construí-la e disseminá-la.

O surgimento dos influenciadores digitais como atores políticos de peso é uma das mais significativas transformações desse novo cenário. Indivíduos capazes de mobilizar milhões de seguidores passaram a exercer papel equivalente – e, em muitos casos, superior – ao dos veículos de comunicação tradicionais na formação da opinião pública. Esse fenômeno ocorre, porém, à margem do arcabouço normativo que regula a atuação da mídia convencional no processo eleitoral, gerando uma assimetria regulatória com consequências diretas para a higidez do processo democrático.

A esse problema soma-se o da desinformação, cuja propagação em larga escala pelas plataformas digitais ameaça a integridade do debate público e, por consequência, a qualidade das escolhas eleitorais. A viralização de conteúdo falso, potencializada pelos algoritmos das redes sociais, tem se revelado instrumento eficaz de manipulação política, capaz de distorcer

percepções, radicalizar posições e enfraquecer a confiança nas instituições democráticas.

Acrescente-se, ainda, um terceiro fenômeno igualmente preocupante: o aumento da violência política, diretamente associado ao clima de radicalização alimentado pelas redes sociais. Dados do Observatório de Violência Política e Eleitoral, vinculado ao Grupo de Investigação Eleitoral da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, revelam que, apenas nos primeiros seis meses de 2024, foram registrados 214 casos de violência contra lideranças partidárias no Brasil – número 24% superior ao registrado no mesmo período de 2022 (GIEL/UNIRIO, 2024). Esse dado evidencia que a desinformação e a radicalização do discurso político nas plataformas digitais não produzem apenas efeitos simbólicos: eles se materializam em agressões concretas que ameaçam a participação política e o próprio funcionamento da democracia.

É incontestável assumir que os avanços humanos, após as duas Grandes Guerras Mundiais, alicerçaram-se em arranjos institucionais nacionais e internacionais que, em diferentes graus, tendiam a concretizar o ideal de uma democracia deliberativa, modelo sob o qual, embora não levasse, regra geral, a acordos sólidos na sociedade, ao menos podia permitir consensos mínimos.

Consenso é bem que sofre de escassez atualmente, porque o mercado das ideias (ou não ideias) políticas está aquecido.

Rubem Barboza Filho sugere que “vivemos as circunstâncias inéditas de uma ‘modernidade globalizada’, alimentada por tradições não ocidentais, diferentes ou mesmo divergentes, uma arena plural onde se disputa o próprio sentido de moderno” (Barboza Filho, 2025, p. 18).

Seja no Brasil, seja em outros países, com diferentes cosmovisões pululando na arena pública, em um mundo cada vez mais polarizado nos âmbitos sociais, a gramática da democracia liberal-constitucional parece apodrecer nos escaninhos da humanidade, o que sugere a necessidade de investigar até que ponto a polarização em períodos pré-eleitorais e durante as eleições não impacta a forja de um ambiente de radicalização, incapaz de dar conta da enorme quantidade de diversidade das sociedades atuais.

Assim, o presente artigo tem por objetivo analisar esse triplo desafio: a necessidade de regulação dos influenciadores digitais no período eleitoral, a fim de assegurar o princípio da isonomia entre os candidatos; a urgência de mecanismos mais efetivos de combate à desinformação nas redes sociais; e o enfrentamento da violência política como consequência do ambiente de radicalização digital, com ênfase no papel da Justiça Eleitoral e da (AGU) nesse contexto.

Para tanto, examina-se a evolução do papel das mídias digitais na política brasileira, as contradições do ordenamento jurídico eleitoral diante

desse novo cenário e as respostas institucionais já empreendidas pela Justiça Eleitoral e pela AGU.

1. A NOVA ARENA POLÍTICA SÃO AS REDES

Estamos vivendo um tempo de transformação, em que a política ultrapassou o plano dos debates nos púlpitos das Casas Legislativas, das reuniões partidárias, das entrevistas jornalísticas ou dos artigos e rumou para a arena das redes sociais. Os discursos e as manifestações são direcionados ao engajamento e não ao resultado de uma política pública mais favorável.

A discussão da “Reforma Tributária” com *memes* ou a recente celeuma em torno da extensão do controle das operações das *fintechs* sob acusações de “taxação do pix” são exemplos dessa nova realidade do engajamento a todo custo, a despeito de uma discussão real sobre políticas públicas relevantes.

Caio de Souza Leão e Paulo Rosenblatt (2023, p. 82) pontuam como o sistema tributário brasileiro pode ser manipulado de forma “eleitoreira” e populista, ferindo o federalismo e a democracia, promessas constitucionais no horizonte de expectativas das pessoas. Isso se insere em um contexto maior de disseminação massiva de desinformação.

Yuval Noah Harari, no seu mais recente livro, chama-nos a atenção para o óbvio: por mais que informações nem sempre representem a realidade, elas conectam as pessoas (Harari, 2024, p. 43).

Somos seres fabuladores e que nos conectamos por histórias, o que fica mais evidente na política. A ideia de “um homem, um voto”, como corolário da democracia, atravessou uma longa jornada para sua consolidação mundo afora. Nela está encerrada a necessidade de que os representantes eleitos pelo povo busquem conquistar corações e mentes de cada eleitor, num processo de convencimento que testa os atributos dos candidatos desde o processo eleitoral até o exercício do mandato.

A cada eleição, porém, a forma como os candidatos chegam aos eleitores muda, não se podendo descurar que, mesmo nas menores cidades, tornou-se impossível que alguém seja eleito sem se valer dos meios de comunicação, cujas novas mídias sociais exercem papel central.

Pesquisa realizada pelo Instituto DataSenado, nominada “Redes Sociais, Notícias Falsas e Privacidade na Internet” (Datsenado, 2019), concluiu que 45% dos entrevistados decidiram seu voto levando em consideração informações de alguma rede social.

Das 2,4 mil pessoas entrevistadas, 79% disseram sempre utilizar o WhatsApp para se informar, enquanto 50% indicaram que sempre recorrem à televisão e 49% sempre se informam pelo YouTube. Ainda segundo a pesquisa, as redes sociais que tiveram maior impacto nas eleições foram o

Facebook (31%), o WhatsApp (29%), o YouTube (26%), o Instagram (19%) e o Twitter (10%).

O engajamento gerado por manchetes sensacionalistas e conteúdo inverídico é descrito por Ryan Holiday no seu livro *Confissões de um manipulador das mídias*, no qual relata algumas manipulações já realizadas pelos meios de comunicação, objetivando maior engajamento e lucratividade (Holiday, 2012, p. 39).

2. O PODER DO INFLUENCIADOR DIGITAL NO CENÁRIO POLÍTICO DA “INFOSFERA” OU NO MUNDO “FIGITAL”

Dentro desse contexto, insere-se o influenciador digital, pessoa que, por meio de um ou mais perfis em uma ou mais redes sociais, é capaz de influenciar massivamente o pensamento de milhares ou milhões de pessoas, induzindo comportamentos, escolhas e opiniões sociais, econômicas e políticas.

O influenciador ou a influenciadora digital, assim, é um formador ou uma formadora de opiniões em larga escala. Emily Dean Hund sugere que exista uma indústria da influência, algo parecido com a chamada economia da atenção (Hund, 2019). Pode-se classificar os influenciadores digitais a partir de seis categorias, conforme a tabela a seguir:

Tabela 1 – Classificação dos influenciadores digitais

Celebridade	Mais de cinco milhões de seguidores no Instagram
Megainfluenciador	Entre um milhão e cinco milhões de seguidores no Instagram
Macroinfluenciador	500 mil a um milhão de seguidores no Instagram
Influenciador intermediário	100 mil a 500 mil seguidores no Instagram
Microinfluenciador	10 mil a 100 mil seguidores no Instagram
Não influenciador	Até 10 mil seguidores no Instagram

Fonte: Influencer Marketing Hub, 2025.

Fato é que, como aponta Jacques A. Wainberg, os influenciadores digitais são atualmente a segunda fonte mais popular de aconselhamento, perdendo apenas para recomendações dos amigos e da família (Wainberg, 2021, p. 29).

Inclusive, há diversos estudos dizendo que mais de 20% do Congresso Nacional é formado por influenciadores digitais (Volpatti; Lima, 2018), além de *rankings* medindo a influência dos parlamentares nas redes sociais (FSB Pesquisa, 2019; Barbon, 2022).

Considerando essa realidade, e dado o radar de oportunidades, presenciamos uma corrida de influenciadores para se lançarem candidatos, cujo exemplo recentemente do cantor/*influencer* Gustavo Lima se declarando candidato a presidente é o mais elucidativo. Há explicações profundas para explicar esse cenário.

Mais uma vez, com Byung-Chul Han (2022, p. 12), percebe-se uma obviedade que traz implicações sociais, inclusive nas escolhas políticas das pessoas: “nós não habitamos mais o céu e a terra, mas o Google Earth e Cloud”.

Essa citação tende a ficar cada vez mais antiga, porque aplicativos e sistemas de armazenamento de informações tendem a ser substituídos, mas o que importa colher da percepção desse, que talvez seja o leitor mais arguto da contemporaneidade, é que hoje vivemos em uma “infosfera”.

A esfera pública, que na formulação clássica da ciência política era o espaço em que corpos se encontravam ou estabeleciam contatos para atuarem socialmente nas decisões mais importantes da sociedade, não deixou totalmente de existir nessa formulação, por óbvio, mas abarca também o terreno do chamado ambiente virtual.

Sílvio Meira e Rosário Pompeia (2025, p. 6) chamam o novo espaço em que a sociedade se move de “figital”, que “não é apenas uma soma do físico e do digital, mas uma tessitura inseparável de três dimensões”. Em suas palavras,

A primeira é a **física**, feita de corpos, objetos, cidades, territórios e instituições materiais. A segunda é a **digital**, na qual se virtualiza parte desse mundo físico – dados, mapas, identidades – e na qual também emergem entidades puramente digitais, como aplicações, moedas e plataformas. A terceira é a **social**, que virtualiza e reconfigura as relações humanas: vínculos, grupos, comunidades e ecossistemas de comunidades que passam a existir em redes, atravessando o físico e o digital.

Os dois autores elucidam que a esfera pública idealizada, como um espaço unificado de debate racional, “no qual a opinião pública se formaria por meio de argumentação parece hoje uma miragem” (Meira; Pompéia, 2025, p.7).

A fragmentação na sociedade “figital” intensifica a fragmentação entre as pessoas, que, em tempos pré-modernos, advinha da geografia e da hierarquia social, para agora ser alimentada por “algoritmos opacos e pelas lógicas comerciais das grandes plataformas”.

Uma explicação psicanalítica, ainda nas pegadas do pensador sul-coreano Byung-Chul Han, é que as energias libidinosas dos seres humanos se desviam das coisas para as não coisas.

Como resultado, tem-se a *infomania* e todos se transformam *infomaniacos*, a ponto de desaparecer o fetichismo das coisas e as pessoas se tornarem fetichistas de informações e dados (Han, 2022, p. 14).

Se isso ocorrer em todos os âmbitos da vida, é natural que as pessoas, sedentas por dados e informações, que podem, em verdade, ser desinformações, busquem nos influenciadores digitais vazão para seus desejos mais profundos, inclusive naquilo que esperam – ou acham que esperam – da política propriamente dita.

Todavia, se ainda convivem práticas políticas da antiga gramática das relações humanas, mais consentâneas com um mundo da vida mais palpável, de coisas, no ambiente da esfera pública dita tradicional, com condutas típicas para a chamada “infosfera” ou mundo das não coisas ou sociedade “figital”, termos todos que captam essa reviravolta social em um “Admirável Novo Mundo Digital”, percebe-se que o papel esperado do Direito na regulação de condutas é amplificado por contradições novas e crescentes nas eleições.

3. CONTRADIÇÕES ELEITORAIS NO “ADMIRÁVEL NOVO MUNDO DIGITAL”

Descendo ao terreno das preocupações mais imediatas e localizadas, descortina-se como essa transformação na humanidade tem impactado o cenário político brasileiro e como existem contradições da regulação de condutas em eleições, que segue calcada, em vários pontos, numa ideia de esfera pública das coisas, não da “infosfera”, fenômeno próprio deste “Admirável Novo Mundo Digital”.

Em especial, as eleições municipais de 2024 escancararam um exemplo de como existem contradições entre o tratamento dado para influenciadores tradicionais, o das mídias sociais clássicas, e o previsto para influenciadores digitais.

A eleição municipal de São Paulo traz exemplo concreto, quando disputaram um candidato que apresentava um programa de TV, Datena, e outro, que é influenciador digital, Pablo Marçal.

Somente o candidato apresentador de TV teve que se afastar das suas atividades, pois não há qualquer regra semelhante em relação aos influenciadores digitais, os quais continuam, inclusive, lucrando com suas redes durante o período eleitoral. Contudo, essa é só a primeira contradição.

A legislação eleitoral exige que os meios de comunicação tradicionais noticiem suas reportagens, respeitando o tratamento isonômico entre os candidatos e sem macular a imagem de qualquer deles, a fim de evitar um comprometimento do equilíbrio das eleições.

A igualdade de condições aos candidatos, que se convencionou denominar de “*pars conditio*”, cuja força normativa deriva do que dispõe o artigo 5º, caput, e o artigo 14 da Constituição da República Federal do Brasil de 1988 (CRFB/88), bem como dos artigos 36-A, I, e 73 da Lei n. 9.504/1997, é um dos princípios que regem o Direito Eleitoral.

Dessa feita, a partir do encerramento do prazo para as convenções, proíbe-se a propaganda eleitoral negativa nos meios de comunicação, assim como um tratamento não isonômico entre os candidatos, impingindo certas restrições à liberdade jornalística na cobertura das eleições, conforme dispõe o art. 45 da Lei n. 9.504/1997.

Em havendo violação às normas proibitivas, faz-se necessária a aplicação das sanções correspondentes, quais sejam: aplicação de multa, prevista no artigo 45, § 2º, da Lei n. 9.504/1997, e/ou suspensão da programação da emissora, estabelecida no artigo 56 da Lei n. 9.504/1997, podendo chegar até mesmo à cassação do registro do candidato.

Todavia, ainda não há qualquer regulação em relação a quem exerce esse mesmo papel nas redes.

O Direito Eleitoral positivado precisa dar conta desse avanço da digitalização sobre o processo eleitoral, expressão do fenômeno da “digitalização do mundo”, valendo-se da expressão do filósofo sul-coreano Byung-Chul Han:

O tsunami de informação desencadeia forças destrutivas. Abrange também, neste meio-tempo, âmbitos políticos e leva a fraturas e disrupções massivas no processo democrático. A democracia degenera em *infocracia* (Han, 2021, p. 25)

Assim, a ausência de devida regulamentação em um cenário de “infosfera” que, se não passa a ser dominante na política, ganha importância cada vez maior, torna um tema premente na agenda pública forjar um Direito Eleitoral que dê conta de todas as dimensões simbióticas de eleições numa sociedade “figital”.

A potencialidade de uma democracia se degenerar em uma “*infocracia*”, com a amplificação de vozes extremistas e populistas, que minam a democracia constitucional, é assistida, atualmente, durante as eleições, daí que o direito positivo deva captar essa realidade e tratá-la devidamente.

4. REDES SOCIAIS E A DESINFORMAÇÃO

A expressão máxima de uma república é a democracia, que tem seu conceito interligado à participação do cidadão nas decisões políticas. Nesse

pormenor, a piora na prestação dos serviços públicos, o aumento gradual e contínuo da carga tributária, o desperdício do dinheiro da nação e os desvios de conduta contra o patrimônio do povo provocaram um quadro generalizado de insatisfação, que culminou, por exemplo, com as manifestações de junho de 2013, popularmente conhecidas como “Jornadas de Junho”, que tiveram grande influência das redes sociais, como destacado por Fernanda Fidelis e Flor Marlene E. Lopes (2015).

A partir da jornada de junho de 2013 e de outras manifestações populares que eclodiram em todo o país, houve um despertar em relação ao exercício da cidadania, passando a haver uma maior cobrança pela eliminação dos privilégios e pelo controle dos gastos públicos.

As mobilizações de junho de 2013 reacenderam esse ideário por mudanças. Sendo as redes sociais o catalizador dessa união de propósitos, conversas, debates e conflagrações, facilitaram a organização e o engajamento, conforme explicita Manuel Castells (2017), que cita como exemplo mobilizações na Islândia, na Tunísia, na Espanha e a “Primavera Árabe”.

De outro lado, são muitos os progressos e benefícios trazidos à humanidade pelas novas tecnologias. Elas podem aproximar governantes e governados, além de facilitar a transparência, o que é essencial para a máxima efetividade dos direitos fundamentais e a construção de uma democracia dialógica e inclusiva.

Contudo, as novas tecnologias não têm servido apenas à propagação dos ideais racionalistas e tolerantes que o mundo ocidental herdou do Iluminismo. Essa atual hiperconectividade, permeada pela complexidade das relações humanas, também contempla a polarização, a radicalização política, o desrespeito ao próximo e a disseminação intencional e lesiva de desinformações, que ameaçam o respeito aos valores constitucionais e à soberania popular.

Joel Birman (2023, p. 19) faz um diagnóstico preciso:

Enfim, neste contexto histórico e social os meios virtuais de comunicação foram instrumentalizados para delinear decisivamente o mundo da realidade paralela, como será ainda visto adiante neste ensaio, de maneira que a mídia tradicional passou a ser desconsiderada e as *fake news* passaram a incentivar o ódio nas redes sociais.

No mesmo sentido, Sílvia Meira e Rosário Pompeia (2025, p. 12) explicam que, “como a condição contemporânea é definida por uma abundância informacional que coexiste com um profundo déficit de validação”, configura-se um “estado sistêmico de incerteza epistemológica”.

Para além da crítica razoável e muito aquém da sugestão contributiva, próprias do espaço público e democrático em um modelo ideal de diálogo

racional, no contexto da fragmentação da esfera pública e da reconfiguração do poder em rede atual, observam-se recentemente no Brasil ataques irresponsáveis à integridade do sistema eleitoral, em especial à idoneidade da urna eletrônica, criação genuinamente nacional, que simplificou e agilizou o processo de votação e apuração, e, talvez, a maior contribuição civilizatória da Justiça Eleitoral à cidadania brasileira.

A desinformação e a mentira são fenômenos antigos no meio político, que têm sido enfrentados pela Justiça Eleitoral, mas que passaram a ter repercussão maior com as redes sociais, impactando ainda diversas políticas públicas, mesmo após o processo eleitoral.

Um de nós aprofundou-se a respeito dessa realidade fática e social, com impacto nas eleições, no artigo *Propaganda negativa, mentira e desinformação* (Nunes, 2022), em que analisa a desinformação nas eleições, bem como os meios que a Justiça Eleitoral dispõe para combater esse fenômeno.

Mas, se a insatisfação popular reprimida hoje é exteriorizada por meio das redes sociais, o controle das informações ali disponibilizadas é quase impossível de acontecer.

Em um quadro de erosão de uma base factual minimamente compartilhada, as pessoas passaram a compartilhar todo fruto de mensagens que estejam em consonância com seu pensamento, independentemente de se aferir sua fidedignidade ou não.

Esse entendimento é defendido por Carlos Affonso Souza e Chiara Antonia Spadaccini de Teffe (2018, p. 177–190), destacando principalmente o engajamento gerado por manchetes sensacionalistas e conteúdo inverídico.

É impossível não esperar uma atitude proativa da Justiça Eleitoral, que deve ser guardiã de uma eleição justa, equilibrada e racional, motivo pelo qual o combate à desinformação passou a ser uma de suas atuações mais relevantes e esperadas desse importante ator institucional.

5. COMBATE À DESINFORMAÇÃO E AO AUMENTO DA VIOLÊNCIA ELEITORAL

Diante dessa realidade que se desenha na sociedade “fígital”, houve uma preocupação por parte da Justiça Eleitoral de combater esse fenômeno.

Inclusive, o TSE lançou, em 2019, um “Programa de Enfrentamento à Desinformação”, partindo das restrições que o próprio ordenamento jurídico já previa, diante da necessidade de regular a utilização das redes sociais, principalmente na perspectiva de evitar a propagação de conteúdos falsos e com ataques à honra.

Recentemente, o Ministro Benedito Gonçalves reforçou essa necessidade de as plataformas digitais assegurarem mecanismos para

o combate à desinformação no âmbito digital, já que é indubitável sua responsabilidade de reprimir tais condutas (Caracas, 2023).

O Tribunal Superior Eleitoral (TSE), atento a essa realidade social, já se manifestou sobre a evolução do conceito de meios de comunicação social, tendo consignado nas discussões do RO-El n. 060397598 e da Ac.-TSE, de 28 de outubro de 2021, que se enquadram “no conceito de veículos ou meios de comunicação social a que se refere este dispositivo a Internet e as redes sociais”.

Em âmbito doutrinário, o Ministro Alexandre de Moraes, em sua Tese de Titularidade para o Departamento de Direito de Estado da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, assentou que as redes sociais e os serviços de mensagem privada são os mais novos e eficazes instrumentos de comunicação de massa (Moraes, 2024).

Assim, não se pode desconhecer a rápida atuação que a Justiça Eleitoral tem empreendido para lidar com a nova realidade social, da política sendo feita nas redes sociais, inclusive por aqueles que talvez sejam os atores sociais mais relevantes na “infosfera”: os influenciadores digitais.

O ano de 2024 foi marcado pelas eleições municipais no país, quando a mentira, a incoerência e a passionalidade contaminaram a política, provocando verdadeiras “guerras” entre os candidatos e seus apoiadores.

Os estereótipos foram criados aos montes, todos sob a égide da divisão agostiana, quando o bem ou o mal mudava de acordo com o lado que se estava apoiando.

Na “infoesfera”, como assevera Byung-Chul Han (2022, p. 20-21), “as informações agora circulam sem nenhuma referência à realidade em um espaço hiper-real”.

Nesse cenário, o filósofo adverte que “*fake news* também são informações que possivelmente são mais eficazes do que fatos”, porque, ao fim e ao cabo, “o que conta é o efeito a curto prazo”, de modo que “a efetividade substitui a verdade” (Han, 2022, p. 20-21).

Como o Brasil é um dos países cuja população mais utiliza redes sociais, o tema ganha dramaticidade maior. Segundo o Observatório de Violência Política e Eleitoral, formado por pesquisadores do Grupo de Investigação Eleitoral da UNIRIO, nos primeiros seis meses de 2024, tivemos 214 casos de violência contra lideranças partidárias em todo o país, número 24% maior em comparação ao mesmo período de 2022 (GIEL/UNIRIO, 2024).

Ainda dentro desse cenário, houve dois episódios de violência em debates realizados entre os candidatos e as candidatas na disputa pela prefeitura de São Paulo em 2024.

A crise de violência chegou a tal ponto que a presidente do TSE, Ministra Cármen Lúcia, fez duras críticas, destacando que a “violência

praticada no ambiente da política desrespeita não apenas o agredido, mas ofende toda a sociedade e a democracia” (O Globo, 2024).

A Justiça Eleitoral, por óbvio, não pode deixar de exercer seu papel de pacificadora social. Para fundamentar melhor essa atribuição, cabe rememorar que ela exerce, além da sua função precípua e judicante, funções administrativas, quando coordena todo o processo eleitoral, bem como legislativas, já que tem a atribuição de aprovar resoluções que orientam o processo eleitoral.

Toda essa gama de funções vem descrita no Código Eleitoral (Lei n. 4.737/1965), que regulamentou as competências da Justiça Eleitoral e podem ser assim divididas e explicitadas.

A função normativa é aquela desempenhada pela Justiça Eleitoral quando edita as resoluções que orientam o processo eleitoral, atos genéricos e infralegais. A função administrativa fica evidente quando da realização de sua autogestão, inerente a todas as estruturas do Poder Judiciário, mas engloba também a organização de eleitores, locais de votação, urnas eletrônicas, processo de votação etc.

A função consultiva se destina a responder questionamentos apresentados por parlamentares, políticos e outras autoridades pontuais sobre situações em tese, objetivando fixar precedentes e uniformização de entendimentos, além de ser relevante para a segurança jurídica.

Por fim, a função jurisdicional engloba julgar processos de registro de candidaturas, prestações de contas, ações cassatórias, entre outras.

Fica evidente que a Justiça Eleitoral exerce funções atípicas, se aproximando, por vezes, de funções precípua do Poder Executivo e até do Poder Legislativo.

A Justiça Eleitoral é aquela que mais se aproxima do jurisdicionado, o eleitor/cidadão, candidatos e partidos, motivo pelo qual se deve utilizar todas as suas competências como forma de resolução das lides.

6. AGU E A DEFESA DA DEMOCRACIA

Considerando que cabe à AGU a representação judicial e extrajudicial da União, bem como o assessoramento e consultoria ao Poder Executivo, é seu papel dar suporte à execução orçamentária das competências da União, ou seja, exercer um papel direta ou indiretamente relacionado com a concretização das políticas públicas do Estado brasileiro, razão pela qual tem o dever de promover iniciativas que vão ao encontro desse seu papel.

Sob a gestão do Ministro Jorge Messias, a AGU criou uma Procuradoria de Defesa da Democracia, com atribuição de ampliar as ações e os debates para fortalecimento da democracia e ajudar no combate à desinformação nas políticas públicas.

Ainda sobre o tema, lançou o “Observatório da Democracia”, vinculado à Escola Superior da AGU (ESAGU), que é um ambiente institucional criado para a discussão e o estudo de temas relacionados ao fortalecimento da democracia; assim como lançou o curso “Democracia e Combate à Desinformação”, por meio da ESAGU, com professores nacionais e estrangeiros, cuja aula magna coube ao Ministro Luís Roberto Barroso.

Mais recentemente, a ESAGU criou o Grupo de Pesquisa “Processo Eleitoral e Integridade das Eleições nas Américas”, a fim de estudar e promover o debate e a apresentação de propostas sobre o processo eleitoral e as eleições nas Américas, criando mecanismos de defesa das eleições e da integridade das instituições.

O conjunto dessas iniciativas tem debatido medidas promovidas pela AGU, pelo Poder Judiciário e pelo Ministério Público que impactam positivamente o ambiente democrático, o efeito das *fake news* nas políticas públicas e na prestação jurisdicional, os desafios aos ataques às instituições democráticas e ao Poder Judiciário, bem como a regulação das redes sociais.

Dado o dinamismo social hoje existente, em contraposição à existência de leis estáticas, é preciso que a legislação acompanhe essa evolução social, sob pena de não termos mecanismos de defesa das instituições. Além do que, considerando tratar-se de fenômeno mundial e dinâmico, é premente o intercâmbio de informações e debates sobre o tema.

Soma-se ao exposto o recente afrouxamento nas políticas de combate à desinformação (Santos, 2025), concomitantemente ao alinhamento das *big techs* ao presidente dos Estados Unidos, Donald Trump (Prazeres, 2025). Isso porque, quem garante que não tenha havido um ajuste dos algoritmos para alavancar certo conteúdo em detrimento de outro?

Enquanto não houver uma discussão e comprovação da neutralidade dos algoritmos, poderemos estar sujeitos até a um ataque estrangeiro à nossa soberania. Inclusive, a esse respeito, a Suprema Corte Americana respaldou decisão do Congresso dos Estados Unidos de exclusão do aplicativo TikTok até que a venda do seu controle acionário fosse feita, por ser propriedade de um chinês, sob fundamento de violação à soberania nacional (Duffy, 2025).

Logo, é relevante destacar o papel da AGU, sob comando do Ministro Jorge Messias, de convocar uma audiência pública para debater o enfrentamento à desinformação, a promoção e a proteção de direitos fundamentais nas plataformas digitais, tendo como resultado o encaminhamento de subsídios ao Supremo Tribunal Federal (STF), que tem julgamentos em curso sobre o tema, e também para o Congresso Nacional, em que tramitam projetos sobre a regulação do setor (Brasil, 2025).

Infelizmente, a sociedade hiperconectada potencializou a polarização política, o desrespeito ao próximo e a disseminação da desinformação,

resultando na constituição de um ecossistema que se alimenta de fontes que confirmam crenças irracionais e ameaçam o respeito aos valores constitucionais e à soberania popular.

O abandono do adversário como um jogador legítimo na esfera pública, reflexo da polarização político-afetiva brasileira, segundo Francisco Bosco (2022, p. 50), é um problema complexo, que não pode ser resolvido apenas pelo Direito, nem apenas por um ator institucional específico.

De qualquer forma, os esforços institucionais da AGU na defesa da democracia se inserem no contexto de que ela sintetiza um órgão de promoção e defesa da Constituição a um só tempo, não podendo se quedar inerte diante de atuações de agentes internos e externos que tensionem degenerar a democracia numa “infocracia”.

CONCLUSÃO

Aliomar Baleeiro (2015, p. 83), ex-ministro do STF, ex-deputado federal e importante jurista do século XX, quando a própria noção de Estado de Direito, em idas e vindas na história brasileira, já advertia que “o Estado não pertence ao reino dos céus: reflete a sua condição de instituição do homem, passível de todos os defeitos inseparáveis da falibilidade humana”.

Isso implica reconhecer que os arranjos institucionais partem de construções e reconstruções a todo momento, que ocorrem com maior intensidade em momentos de profundas transformações sociais, como nestes tempos de “digitalização do mundo da vida”.

Assim, o percurso desenvolvido ao longo deste artigo permite consolidar duas ordens de conclusões que se traduzem em desafios concretos para o Direito Eleitoral brasileiro.

O primeiro diz respeito à necessidade de se conferir tratamento equânime entre os meios de comunicação tradicionais e as mídias digitais durante o período eleitoral nesta sociedade “figital”.

Como demonstrado, a legislação vigente impõe restrições significativas às emissoras de rádio e televisão – proibição de propaganda eleitoral negativa, exigência de isonomia no tratamento dos candidatos, possibilidade de aplicação de multas e suspensão de programação –, enquanto os influenciadores digitais, que exercem função análoga de formação de opinião em larga escala, operam sem qualquer obrigação equivalente.

A eleição municipal de São Paulo de 2024 ilustrou com precisão esse descompasso: candidatos oriundos da mídia tradicional sujeitaram-se ao afastamento de suas atividades, ao passo que influenciadores digitais mantiveram seus canais ativos e rentáveis durante toda a campanha.

Corrigir essa assimetria é condição necessária para a efetividade do princípio da paridade de armas – a *pars conditio* –, que fundamenta o sistema eleitoral brasileiro e, mais do que isso, protege a democracia contra os riscos que corre em tempos de “infosfera”.

O segundo desafio concerne à regulação das próprias plataformas digitais e de seus algoritmos.

A disseminação de desinformação identificada ao longo do artigo não é um fenômeno espontâneo: ela é amplificada por sistemas algorítmicos que privilegiam o engajamento sobre a veracidade, distribuindo conteúdo falso de forma mais eficiente do que conteúdo factual.

Esse cenário se agravou diante do recente recuo das grandes plataformas tecnológicas em suas políticas de moderação de conteúdo, tornando ainda mais urgente que o Estado brasileiro disponha de instrumentos normativos capazes de responsabilizá-las. A discussão sobre a transparência e a neutralidade dos algoritmos é, portanto, uma questão de soberania democrática, não apenas de regulação técnica.

A violência política emerge, nesse contexto, como a face mais grave das consequências da radicalização alimentada pelas redes sociais. O aumento expressivo de casos registrados pelo Observatório de Violência Política e Eleitoral ao longo de 2024 demonstra que o problema deixou de ser uma preocupação abstrata para se tornar uma realidade documentada que compromete a participação política livre e igualitária.

Como alertou a presidente do TSE, Ministra Cármen Lúcia, a violência praticada no ambiente da política não fere apenas o agredido – ela ofende toda a sociedade e a democracia (O Globo, 2024).

Nesse sentido, o fortalecimento dos poderes da Justiça Eleitoral – em suas funções normativa, administrativa, consultiva e jurisdicional – é condição indispensável para que o Estado brasileiro possa responder com efetividade a esse fenômeno, coibindo tanto os discursos de ódio que o alimentam nas plataformas digitais quanto as agressões concretas que dele decorrem.

Melhor ainda se outros atores institucionais se somarem a esse esforço, fomentando-se o ecossistema de proteção a eleições justas, racionais e equilibradas, contexto em que se inserem os esforços da AGU na defesa da democracia e da soberania digital brasileira.

As respostas institucionais examinadas – o Programa de Enfrentamento à Desinformação do TSE, a Procuradoria de Defesa da Democracia da AGU, o Observatório da Democracia da ESAGU e o processo de audiência pública que subsidiou o STF e o Congresso Nacional – demonstram que há consciência institucional sobre a gravidade do problema e disposição para enfrentá-lo.

O que ainda falta é o produto normativo dessa mobilização: legislação que preencha as lacunas identificadas, que equalize as obrigações entre os distintos atores do ecossistema midiático-eleitoral e que estabeleça parâmetros claros de responsabilização para as plataformas digitais.

Num cenário em que a política se faz, cada vez mais, nas redes sociais, garantir a integridade do processo eleitoral exige que o Direito alcance esses novos espaços com a mesma seriedade com que sempre tratou os meios de comunicação tradicionais.

Essa não é apenas uma demanda técnico-jurídica: é uma exigência da própria democracia, sob pena de se degenerar na “infocracia”, risco alardeado por vários pensadores contemporâneos.

Termina-se este artigo com uma mensagem extraída do pensamento de Jürgen Habermas (2024, p. 767), falecido em 2026. O filósofo alemão, em sua última obra de fôlego, advertiu que, se é verdade que voltamos a presenciar regressos morais e políticos mundo afora, isso se deve justamente porque onde há progresso também é possível haver retrocesso.

Levar a razão a sério, no debate acadêmico e na formulação de desenhos institucionais, é contemplar, com otimismo realista, todo o avanço civilizatório que a humanidade conquistou e crer que desafios e, mesmo retrocessos, são etapas contornáveis no fluir histórico.

REFERÊNCIAS

BALEEIRO, Aliomar. *Uma introdução à Ciência das Finanças*. Rio de Janeiro: Forense, 2015.

BARBON, Júlia. Entenda o que é o IPD, índice para medir a popularidade digital dos candidatos. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 15 jun. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/06/entenda-o-que-e-o-ipd-indice-para-medir-a-popularidade-digital-dos-pre-candidatos.shtml>. Acesso em: 15 jan. 2025.

BARBOZA FILHO, Rubem. *Sinfonia barroca: o Brasil que o povo inventou*. Rio de Janeiro: Ateliê de Humanidades, 2025.

BIRMAN, Joel. Apocalipse da brasilidade encenada. *Revista Brasileira*, Rio de Janeiro, Fase X, ano II, n. 114, p. 18-23, 2022.

BOSCO, Francisco. *O diálogo possível: Por uma reconstrução do debate público brasileiro*. São Paulo: Todavia, 2022.

BRASIL. Advocacia-Geral da União. *Resultado de audiência pública sobre plataformas digitais será enviado ao STF e ao Congresso*. Brasília: AGU, 2025. Disponível em: <https://>

www.gov.br/agu/pt-br/comunicacao/noticias/resultado-de-audiencia-publica-sobre-plataformas-digitais-sera-enviado-ao-stf-e-ao-congresso. Acesso em: 30 jan. 2025.

CARACAS, Letícia. Responsabilização das plataformas digitais diante da propagação de *fake news* é defendida por Benedito Gonçalves. *Blog do Edison Silva*, 14 mar. 2023. Disponível em: <https://blogdoedison Silva.com.br/2023/03/responsabilizacao-das-plataformas-digitais-diante-propagacao-de-fake-news-e-defendida-por-benedito-goncalves/>. Acesso em: 19 jul. 2023.

CASTELLS, Manuel. *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet*. Rio de Janeiro: Zahar, 2017.

DATASENADO. Redes sociais, notícias falsas e privacidade de dados na internet. *Pesquisa DataSenado*, Brasília, nov. 2019. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/institucional/ouvidoria/publicacoes-ouvidoria/redes-sociais-noticias-falsas-e-privacidade-de-dados-na-internet>. Acesso em: 10 out. 2022.

DUFFY, Clare; FUNG, Brian. *O que acontece após a Suprema Corte dos EUA permitir a proibição do TikTok*. CNN Brasil, Nova York, 2025. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/o-que-acontece-apos-a-suprema-corte-dos-eua-permitir-a-proibicao-do-tiktok/>. Acesso em: 30 jan. 2025.

FIDELIS, Fernanda; LOPES, Flor Marlene E. Jornadas de Junho de 2013: formas de mobilização online e a ação de ativistas em Brasília por meio do facebook. *Universitas: Arquitetura e Comunicação Social*, v. 12, n. 1, p. 37-53, jan./jun. 2015.

GRUPO DE INVESTIGAÇÃO ELEITORAL DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO – GIEL/UNIRIO. *Observatório da Violência Política e Eleitoral (OVPE)*, Rio de Janeiro, n. 19, jul./set. 2024. Disponível em: <http://giel.uniriotec.br/files/Boletim%20Trimestral%20n%C2%BA%2019-%20Julho-Agosto-Setembro%202024.pdf>. Acesso em: 29 nov. 2024.

HABERMAS, Jürgen. *Uma historia de la filosofia*. Vol. 2 – Libertad racional. Huellas del discurso sobre fe y saber. Madrid: Editorial Trotta, 2024.

HAN, Byung-Chul. *Digitalização e crise da democracia*. Petrópolis: Vozes, 2021.

HAN, Byung-Chul. *Não-coisas: reviravoltas do mundo da vida*. Petrópolis: Vozes, 2022.

HARARI, Yuval Noah. *Nexus: uma breve história das redes de informação, da Idade da Pedra à inteligência artificial*. São Paulo: Companhia das Letras, 2024.

HOLIDAY, Ryan. *Acredite, estou mentindo: confissões de um manipulador das mídias*. Tradução: Antonio Carlos Vilela. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2012.

HUND, Emily Dean. *The influencer industry: constructing and commodifying authenticity on social media*. Dissertação (Mestrado) – University of Pennsylvania, Philadelphia, 2019.

INFLUENCER MARKETING HUB. *What is an influencer?* – Social Media Influencers Defined. [S.l.]: Influencer Marketing Hub, 1º out. 2025. Disponível em: <https://influencermarketinghub.com/what-is-an-influencer/>. Acesso em: 15 dez. 2025.

INSTITUTO FSB PESQUISA. *FSB Influência Congresso*. [S.l.]: FSB Comunicação, 2019. Disponível em: https://www.fsb.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Release_FSBInfluenciaCongresso_Nacional.pdf. Acesso em: 15 dez. 2024.

LEÃO, Caio de Souza; Rosenblatt, Paulo. A crise do Estado de Direito liberal e a ascensão do populismo de direita no Brasil: injustiça fiscal e as “fake news” tributárias no Brasil. In: SCAFF, Fernando Facury; TORRES, Heleno Taveira; DERZI, Misabel Abreu Machado; BATISTA JÚNIOR, Onofre Alves. *Populismo e o Estado de Direito*. Belo Horizonte: Casa do Direito, 2023, p. 66-84.

MEIRA, Sílvio; POMPEIA, Rosário. *A próxima democracia: 32 teses para o futuro da política no mundo digital*. 1. ed. Barueri: Amarilys, 2025.

MORAES, Alexandre de. *O direito eleitoral e o novo populismo digital extremista: liberdade de escolha do eleitor e a promoção da democracia*. Tese (Professor Titular) – Departamento de Direito de Estado, Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2024.

NUNES, Allan Titonelli. Propaganda negativa, mentira e desinformação. *Revista Justiça Eleitoral em Debate*, v. 12, n. 2, jul./dez. 2022.

O GLOBO. Cármen Lúcia pede respeito e diz que agressões na campanha ferem a democracia: “Política não é violência”. *O Globo*, Rio de Janeiro, 24 set. 2024. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/eleicoes-2024/noticia/2024/09/24/carmen-lucia-pede-respeito-e-diz-que-agressoes-na-campanha-ferem-a-democracia-politica-nao-e-violencia.ghhtml>. Acesso em: 29 nov. 2024.

PRAZERES, Leandro. Como aliança entre Trump e big techs aumenta pressão sobre governo Lula e STF. *BBC News Brasil*, Brasília, 21 janeiro 2025. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cx2k80ek13ko>. Acesso em: 30 jan. 2025.

SANTOS, Nina. A nova face das Big Techs: elas saíram das coxias e subiram no palco político global. *Le Monde Diplomatique Brasil*, 09 janeiro 2025. Disponível em: <https://diplomatie.org.br/a-nova-face-das-big-techs-elas-sairam-das-coxias-e-subiram-no-palco-politico-global/>. Acesso em: 30 jan. 2025.

SOUZA, Carlos Affonso; TEFFÉ, Chiara Antonia Spadaccini de. Fake news e eleições: identificando e combatendo a desordem informacional. In: ABBOUD, Georges; NERY JR., Nelson; CAMPOS, Ricardo (eds.). *Fake news e regulação*. São Paulo: Thomson Reuters, 2018, p. 177-190.

VOLPATTI, Leonardo; LIMA, Fabio Monteiro. O Congresso Nacional dos digitais influencers. *Congresso em Foco*, 11 out. 2018. Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/temas/ciencia-e-tecnologia/o-congresso-nacional-dos-digital-influencers/>. Acesso em: 15 dez. 2024.

WAINBERG, Jacques A. *Influenciadores sociais: o feitiço, a fama e a fé*. Brasília: Edições do Senado Federal, 2021.