

O PROCESSO ELEITORAL E A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NA CAMPANHA

Rafael de Souza Viana Demuner¹
Ana Clara do Nascimento Pires Gonçalves²

RESUMO

As redes sociais têm desempenhado um papel central na vida cotidiana, especialmente em campanhas eleitorais, e seu impacto no processo eleitoral brasileiro tem sido objeto de crescente debate. Nesse sentido, questiona-se: até que ponto as redes sociais influenciam as campanhas eleitorais? A hipótese principal sugere que as redes sociais, devido ao seu alcance e facilidade de acesso via smartphones, exercem uma enorme influência nas campanhas eleitorais. Essa influência se dá pela rapidez com que informações, verdadeiras ou não, podem ser compartilhadas, moldando a opinião pública em um curto espaço de tempo. Além disso, a facilidade de uso dessas plataformas permite que candidatos promovam seus conteúdos de forma mais eficiente e direcionada. Sendo assim, o objetivo geral do estudo é analisar o impacto das redes sociais nas campanhas eleitorais, considerando aspectos como a disseminação de informações e a crescente influência no comportamento do eleitorado, especificamente, pretende-se compreender essa influência, bem como as estratégias adotadas pelos candidatos nas mídias sociais e a avaliação dos riscos de desinformação, como as *fake news*. Por meio da pesquisa bibliográfica, conclui-se que as redes sociais vêm alterando o cenário eleitoral e os desafios que isso traz, especialmente em relação à disseminação de informações falsas e seus efeitos na democracia.

PALAVRAS-CHAVE: Redes sociais. Processo eleitoral. Campanha política. Fake News. Influência digital.

ABSTRACT

Social networks have played a central role in everyday life, especially in electoral campaigns, and their impact on the Brazilian electoral process has been the subject of increasing debate. In this sense, the question arises: to what extent do social networks influence electoral campaigns? The main hypothesis suggests that social networks, due to their reach and ease of access via smartphones, exert enormous influence on electoral campaigns. This influence occurs due to the speed with which information, whether true or not, can be shared, shaping public opinion in a short space of time. Furthermore, the ease of use of these platforms allows candidates to promote their content in a more efficient and targeted way. Therefore, the general objective of the study is to analyze the impact of social networks on electoral campaigns, considering aspects such as the dissemination of information and the growing influence on the behavior of the electorate, specifically, the aim is to understand this influence, as well as the strategies adopted by candidates on social media and the assessment of the risks of misinformation, such as fake news. Through bibliographical research, it is concluded that social networks have been changing the electoral scenario and the

¹ Graduado em Direito pela Faculdade de Direito do Vale do Rio Doce (Fadivale).

² Graduada em Direito pela Faculdade de Direito do Vale do Rio Doce (Fadivale). Docente. Advogada.

challenges this brings, especially in relation to the dissemination of false information and its effects on democracy.

KEYWORDS: Social networks. Electoral process. Political campaign. Fake News. Digital influence.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO. 2 A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NAS CAMPANHAS ELEITORAIS. 2.1. O PAPEL DAS MÍDIAS DIGITAIS NO PROCESSO DEMOCRÁTICO. 2.2. A EXPANSÃO DAS REDES SOCIAIS E A NOVA CONFIGURAÇÃO DAS ELEIÇÕES. 2.3. IMPACTOS POSITIVOS E NEGATIVOS DAS REDES SOCIAIS NAS CAMPANHAS. **3 ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DOS CANDIDATOS NAS REDES SOCIAIS. 4 OS RISCOS DA DESINFORMAÇÃO E DAS FAKE NEWS NO PROCESSO ELEITORAL. 5 MEDIDAS JURÍDICAS PARA COMBATER A DESINFORMAÇÃO.** 5.1. O ENQUADRAMENTO LEGAL DAS FAKE NEWS NO DIREITO ELEITORAL BRASILEIRO. 5.2. LEIS E REGULAMENTAÇÕES NO COMBATE À DESINFORMAÇÃO ELEITORAL. 5.3. PARCERIAS INSTITUCIONAIS PARA MONITORAMENTO E CONTROLE DE FAKE NEWS. 5.4. LEI Nº 9.504/1997 E A REGULAÇÃO DAS ELEIÇÕES NO BRASIL. 5.5. LEI Nº 13.834/2019 E O COMBATE À DESINFORMAÇÃO ELEITORAL. **6 CONCLUSÃO. REFERÊNCIAS.**

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, as redes sociais emergiram como uma força transformadora em diversos aspectos da vida cotidiana, especialmente na esfera política. Como afirmam Almeida e Silva (2021), as redes sociais não apenas facilitam a comunicação, mas também moldam a forma como as informações são consumidas e disseminadas. Este fenômeno levanta uma questão central: até que ponto as redes sociais influenciam o processo eleitoral e as campanhas políticas? A resposta a essa indagação é crucial para entender o novo cenário político contemporâneo, onde a informação circula de forma veloz e muitas vezes sem controle.

A justificativa para a realização deste estudo reside na crescente importância das redes sociais na formação da opinião pública e na mobilização do eleitorado. Segundo Santos (2020), as mídias sociais têm o poder de amplificar vozes que antes eram marginalizadas, ao mesmo tempo em que podem disseminar desinformação que afeta diretamente o processo democrático. Portanto, é essencial analisar tanto as oportunidades quanto os desafios que essas plataformas apresentam no contexto eleitoral.

Os objetivos deste artigo são: a) analisar a influência das redes sociais nas campanhas eleitorais; b) identificar as estratégias utilizadas pelos candidatos para se comunicar com o eleitorado por meio dessas mídias; e c) discutir os riscos associados à desinformação e às *fake news*, que podem comprometer a integridade do processo eleitoral.

Metodologicamente, a pesquisa se baseia em uma abordagem qualitativa, utilizando-se da documentação indireta, por meio da pesquisa bibliográfica.

O texto está dividido, além desta introdução, em cinco partes. O capítulo dois apresenta a influência das redes sociais nas campanhas eleitorais. O três e quatro apontam as estratégias de comunicação dos candidatos nas redes sociais e os riscos da desinformação e das *fake news* no processo eleitoral. O capítulo 5, as medidas jurídicas para combater a desinformação. Por fim, o capítulo seis apresenta as considerações finais

2 A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NAS CAMPANHAS ELEITORAIS

Nos últimos anos, as redes sociais se tornaram uma ferramenta central nas campanhas eleitorais, modificando profundamente a dinâmica do processo eleitoral. Essas plataformas têm possibilitado que candidatos se comuniquem diretamente com o eleitorado, sem a intermediação de meios tradicionais, como a televisão e o rádio. Esse fenômeno, embora tenha democratizado o acesso à informação, também trouxe desafios, como a disseminação de *fake news* e o impacto das bolhas informacionais, que fragmentam o debate público. A influência das redes sociais nas eleições pode ser observada tanto na forma como os eleitores consomem informações quanto nas estratégias utilizadas pelos candidatos para conquistar votos.

2.1 O PAPEL DAS MÍDIAS DIGITAIS NO PROCESSO DEMOCRÁTICO

As mídias digitais revolucionaram o processo democrático, transformando a maneira como eleitores e candidatos interagem. Segundo Castells (2013), a internet e as redes sociais representam uma nova forma de poder, com a capacidade de mobilizar e engajar cidadãos de maneira descentralizada. Esse poder de mobilização é visível nas eleições modernas, em que candidatos utilizam plataformas como

Facebook, Twitter e Instagram para disseminar suas propostas e alcançar o eleitorado de forma rápida e eficaz. Além disso, as redes sociais permitem a interação em tempo real, possibilitando aos eleitores questionarem diretamente os candidatos e obterem respostas rápidas, o que antes não era possível com os meios tradicionais.

No entanto, essa mesma descentralização do poder pode causar problemas no processo democrático, já que a velocidade de disseminação de informações nas redes sociais facilita a propagação de conteúdos inverídicos e manipulados. O impacto disso é significativo: eleitores podem ser influenciados por informações falsas, distorcendo o processo de tomada de decisão e afetando a legitimidade das eleições. Como destaca Machado (2018), a desinformação nas redes sociais é uma ameaça real à integridade do processo eleitoral, o que ressalta a importância de uma regulação adequada e de políticas de checagem de fatos durante o período de campanha.

2.2 A EXPANSÃO DAS REDES SOCIAIS E A NOVA CONFIGURAÇÃO DAS ELEIÇÕES

A popularização das redes sociais trouxe uma nova configuração para as eleições. Essas plataformas ampliaram o alcance dos candidatos, permitindo-lhes segmentar o público de acordo com interesses específicos, regiões geográficas e comportamentos online. De acordo com Dader (2020), a segmentação permitida pelas redes sociais cria uma comunicação mais personalizada, adaptada às preferências e perfis do eleitorado. Isso significa que campanhas eleitorais se tornaram mais sofisticadas, utilizando big data³ para direcionar mensagens a públicos específicos de maneira eficaz.

Entretanto, essa nova configuração também trouxe preocupações. Com o uso de algoritmos, eleitores podem acabar sendo expostos apenas a conteúdos que reforçam suas crenças pré-existentes, contribuindo para a formação de bolhas informacionais. Nesse sentido, Pariser (2011) alerta que as bolhas de filtro limitam a diversidade de informações, comprometendo o debate público e a formação de uma opinião crítica. Dessa forma, as redes sociais podem tanto facilitar o acesso à

³ A definição de big data são dados que contêm maior variedade, chegando em volumes crescentes e com mais velocidade. Isso também é conhecido como os três Vs. Simplificando, big data é um conjunto de dados maior e mais complexo, especialmente de novas fontes de dados (Mendes, 2019).

informação como restringi-lo, criando desafios para a pluralidade de opiniões e para a participação democrática informada.

2.3 IMPACTOS POSITIVOS E NEGATIVOS DAS REDES SOCIAIS NAS CAMPANHAS

O uso das redes sociais nas campanhas eleitorais tem tanto impactos positivos quanto negativos. Um dos benefícios é a democratização do acesso à informação. Candidatos com menos recursos financeiros podem usar essas plataformas para divulgar suas propostas de forma barata e eficiente, competindo com adversários mais poderosos economicamente. Como observa Marques (2019), as redes sociais nivelaram o campo de disputa, permitindo que candidatos menos conhecidos ganhem visibilidade e apoio. Além disso, o engajamento direto com o eleitorado permite uma maior transparência e aproximação entre políticos e cidadãos.

Por outro lado, os impactos negativos também são evidentes, sobretudo no que diz respeito à propagação de desinformação. A facilidade com que notícias falsas se espalham nas redes sociais pode desestabilizar campanhas e influenciar o resultado das eleições. Além disso, o anonimato (ilegalmente praticado) e a ausência de regulação eficaz nas redes sociais tornam difícil responsabilizar quem cria e dissemina esses conteúdos falsos. A falta de regulação eficaz dificulta a responsabilização dos responsáveis pela disseminação de notícias falsas. Segundo Almeida (2021), é crucial que plataformas e governos colaborem para garantir uma regulação que equilibre a liberdade de expressão e a integridade social.

Como destaca Wardle (2017), a disseminação de *fake news* nas redes sociais é uma ameaça global às democracias, exigindo uma resposta coordenada de governos e empresas de tecnologia para mitigar seus efeitos.

As redes sociais têm desempenhado um papel central nas campanhas eleitorais modernas, trazendo tanto avanços quanto desafios. A democratização do acesso à informação e o engajamento direto com o eleitorado são avanços importantes, mas a desinformação e a polarização representados pelas bolhas informacionais são riscos que precisam ser enfrentados para preservar a integridade do processo democrático.

3 ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DOS CANDIDATOS NAS REDES SOCIAIS

As redes sociais revolucionaram a maneira como os candidatos se comunicam com o eleitorado, criando uma nova dinâmica no processo eleitoral. Utilizando uma combinação de estratégias visuais, personalização e engajamento digital, as campanhas tornaram-se mais ágeis, acessíveis e diretas. O impacto dessas ferramentas pode ser analisado por meio da forma como o conteúdo visual e interativo é explorado, da segmentação precisa do público e da capacidade de mobilização que essas plataformas permitem.

I) A utilização de conteúdo visual e interativo nas campanhas

O conteúdo visual e interativo é uma das principais ferramentas nas campanhas eleitorais modernas. Vídeos curtos, infográficos, *lives* e *stories* têm se tornado elementos centrais na comunicação política, uma vez que prendem a atenção do eleitorado de maneira eficaz. Segundo Marques (2019, p. 11): “O conteúdo visual, especialmente vídeos, desempenha um papel crucial na formação de opinião, pois gera maior engajamento e disseminação nas redes sociais”.

Candidatos utilizam essas ferramentas para transmitir mensagens complexas de maneira simplificada, criando uma conexão mais imediata com os eleitores.

Além disso, o uso de interatividade nas campanhas permite que os eleitores não sejam apenas receptores passivos de informações, mas participantes ativos. As *lives*, em particular, têm sido usadas para responder perguntas ao vivo, mostrando transparência e proximidade, o que pode criar uma sensação de confiança no candidato. Castells (2013) afirma que a interação direta entre candidatos e eleitores, possibilitada pelas redes sociais, redefine a dinâmica da campanha, tornando-a mais participativa.

II) Segmentação e personalização: o alvo direto do eleitorado

A segmentação do público e a personalização das mensagens são estratégias fundamentais nas campanhas eleitorais nas redes sociais. Diferentemente dos meios tradicionais de comunicação, as redes permitem que os candidatos direcionem suas mensagens de maneira precisa, atingindo grupos específicos de eleitores com conteúdo personalizados. Segundo Dader (2020, p. 13): “As redes sociais possibilitam

uma segmentação inédita, permitindo que o candidato entregue mensagens específicas para diferentes nichos, com base em dados demográficos e comportamentais.”

Essa capacidade de personalização também permite que os candidatos adaptem suas propostas e discursos para se alinharem com os interesses de cada grupo. Por exemplo, um candidato pode criar anúncios direcionados a jovens eleitores abordando temas como educação e emprego, enquanto outro anúncio, voltado para aposentados, pode focar em propostas sobre previdência. Esse tipo de segmentação garante que a mensagem chegue de forma mais eficaz e tenha maior impacto sobre o eleitorado-alvo.

III) Engajamento digital: a mobilização eleitoral nas mídias sociais

O engajamento digital é uma das maiores forças motrizes por trás das campanhas eleitorais bem-sucedidas nas redes sociais. Ao fomentar o debate, incentivar a participação e promover a viralização de conteúdo, as campanhas conseguem mobilizar eleitores de forma mais rápida e eficiente do que pelos meios tradicionais. Marques (2019) argumenta que as redes sociais tornaram-se essenciais para a criação de movimentos de mobilização, permitindo que candidatos alcancem milhões de pessoas em um curto período de tempo.

A mobilização eleitoral via redes sociais não se limita à divulgação de propostas. Ela também inclui a organização de eventos, o incentivo à participação em votações e a coordenação de ações de apoio voluntário. As plataformas digitais facilitam o compartilhamento de materiais de campanha e a criação de comunidades online em torno de temas e causas específicos, promovendo um ciclo de engajamento contínuo. Castells (2013) aponta que o poder das redes sociais em mobilizar pessoas é único, pois cria uma rede descentralizada onde cada eleitor se torna um ponto de influência em potencial.

Essa capacidade de mobilização pode ser observada em várias eleições recentes, nas quais as redes sociais desempenharam um papel crucial no sucesso de campanhas, seja por meio do engajamento direto dos eleitores ou da amplificação de mensagens por usuários comuns.

As redes sociais têm transformado profundamente as estratégias de comunicação política, oferecendo aos candidatos novas formas de se conectar com

os eleitores. O uso de conteúdo visual e interativo, aliado à segmentação e personalização de mensagens, permite que as campanhas sejam mais eficazes e direcionadas. Ao mesmo tempo, o engajamento digital proporciona uma mobilização eleitoral sem precedentes, ampliando o alcance das campanhas e fortalecendo a participação democrática. Como afirma Marques (2019), as redes sociais, quando usadas estrategicamente, podem redefinir o sucesso de uma campanha eleitoral. No entanto, essa influência crescente também traz novos desafios, especialmente relacionados à desinformação e ao controle de *fake news*, questões que precisam ser abordadas para garantir a integridade do processo eleitoral.

4 OS RISCOS DA DESINFORMAÇÃO E DAS FAKE NEWS NO PROCESSO ELEITORAL

A disseminação de desinformação e fake news durante o período eleitoral representa um desafio crescente para a integridade das eleições. O fenômeno das notícias falsas, amplificado pelas redes sociais, tem o potencial de distorcer a vontade popular, manipulando eleitores com informações fabricadas. As fake news visam enganar o público e, muitas vezes, promover interesses específicos, seja de candidatos ou grupos políticos, comprometendo o processo democrático.

l) Fake News e manipulação eleitoral: desafios à integridade do processo

As fake news têm o poder de influenciar diretamente as escolhas dos eleitores. Segundo Castells (2013), a manipulação da informação é uma das ferramentas mais potentes na era digital. Durante as campanhas eleitorais, a circulação de informações falsas pode ser utilizada como estratégia para difamar adversários, confundir o eleitorado e alterar a percepção pública sobre questões importantes. Um estudo realizado por Dader (2020) aponta que, em algumas eleições, *fake news* deliberadamente disseminadas impactaram o resultado final, demonstrando a vulnerabilidade do processo eleitoral à manipulação digital.

Essa manipulação é potencializada pela facilidade com que as informações circulam nas redes sociais. Aplicações de mensagens instantâneas, como *WhatsApp* e *Telegram*, permitem a propagação rápida de fake news sem a devida verificação de fatos, alcançando um grande número de eleitores em um curto espaço de tempo. Isso

pode influenciar o comportamento de voto de maneira significativa, distorcendo o debate público e prejudicando o caráter justo das eleições.

II) O papel das instituições e da legislação eleitoral no combate às fake news

O fortalecimento das instituições e da legislação eleitoral é essencial para conter os danos causados pela desinformação. Santos (2020, p. 24) afirma que: “As instituições democráticas precisam se adaptar rapidamente ao novo contexto das campanhas digitais, desenvolvendo mecanismos eficazes para combater as fake news.

Nesse sentido, o TSE desempenha um papel crucial, fiscalizando o uso das redes sociais durante as campanhas e promovendo campanhas de conscientização para educar o eleitorado sobre os perigos da desinformação.

Além disso, é fundamental que a legislação eleitoral evolua para acompanhar as novas formas de manipulação digital. Leis mais rígidas que responsabilizem candidatos e partidos políticos pela disseminação de informações falsas são necessárias para garantir que o processo eleitoral seja protegido de práticas fraudulentas. O fortalecimento de agências reguladoras também é essencial para garantir a fiscalização contínua das atividades online durante as campanhas eleitorais.

As *fake news* representam um grave risco à integridade do processo eleitoral, mas com uma ação coordenada entre o Judiciário, as plataformas digitais e a sociedade, é possível mitigar seus efeitos e proteger o funcionamento saudável da democracia. O combate à desinformação é um desafio urgente que exige vigilância constante e adaptação às rápidas mudanças tecnológicas.

5 MEDIDAS JURÍDICAS PARA COMBATER A DESINFORMAÇÃO

A desinformação tem se mostrado um grande desafio ao processo eleitoral, minando a confiança dos eleitores e comprometendo a integridade das eleições. Para enfrentar esse fenômeno, diversas medidas jurídicas vêm sendo adotadas no Brasil, visando coibir a propagação de fake news, principalmente nas redes sociais, onde o alcance e a velocidade de disseminação dessas notícias podem influenciar de forma significativa o resultado das eleições. Este contexto exige uma atuação eficaz das

instituições e a criação de um arcabouço legal robusto para proteger a integridade democrática.

5.1 O ENQUADRAMENTO LEGAL DAS FAKE NEWS NO DIREITO ELEITORAL BRASILEIRO

O Direito Eleitoral brasileiro tem evoluído para lidar com a propagação de fake news, especialmente após os episódios críticos ocorridos nas eleições de 2018, quando a disseminação de desinformação atingiu níveis alarmantes. De acordo com o Tribunal Superior Eleitoral (TSE), a desinformação eleitoral pode ser enquadrada em diversas infrações, como abuso de poder e uso indevido dos meios de comunicação. O artigo 57-D da Lei nº 9.504/1997 prevê, por exemplo, a retirada de conteúdos inverídicos da internet mediante ordem judicial, sendo uma das principais ferramentas para combater fake news.

O TSE também tem firmado parceria com plataformas digitais para a remoção de conteúdos falsos e a identificação de comportamentos suspeitos, como o uso de robôs para amplificar a desinformação. Nesse sentido, é fundamental que o enquadramento legal de fake news seja constantemente atualizado, para acompanhar as novas formas de manipulação digital que surgem com o avanço das tecnologias de comunicação.

5.2. LEIS E REGULAMENTAÇÕES NO COMBATE À DESINFORMAÇÃO ELEITORAL

Além da Lei nº 9.504/1997, o Brasil tem adotado outras normativas para fortalecer o combate à desinformação no período eleitoral. A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), por exemplo, tem um papel importante ao limitar o uso indiscriminado de dados pessoais para a criação de campanhas direcionadas, uma prática que pode facilitar a segmentação de fake news. Segundo Lima (2020), a LGPD impõe limites à manipulação de informações pessoais, que são muitas vezes utilizadas de forma abusiva para influenciar eleitores por meio de campanhas enganosas.

Outra medida relevante é a Resolução TSE nº 23.610/2019, que regula a propaganda eleitoral na internet, estabelecendo critérios rígidos para a divulgação de

conteúdos pagos e a responsabilização dos candidatos por informações falsas divulgadas em suas campanhas. Esse arcabouço normativo visa coibir a proliferação de fake news e garantir uma disputa eleitoral mais justa e equilibrada.

5.3 PARCERIAS INSTITUCIONAIS PARA MONITORAMENTO E CONTROLE DE FAKE NEWS

A eficácia do combate à desinformação eleitoral não depende apenas das leis e regulamentações, mas também de parcerias institucionais estratégicas. O TSE tem firmado colaborações com plataformas de redes sociais, como Facebook, Instagram, Twitter e WhatsApp, para monitorar conteúdos suspeitos e garantir a remoção rápida de informações falsas que possam comprometer o processo eleitoral. Em 2020, o TSE lançou o Programa de Enfrentamento à Desinformação, com a adesão de mais de 50 parceiros, incluindo veículos de comunicação e agências de checagem de fatos.

O objetivo dessas parcerias é promover a verificação de fatos em tempo real e educar os eleitores sobre os riscos das fake news. Como afirma Mendes (2019), o combate à desinformação depende não apenas da punição dos infratores, mas também da conscientização pública, que deve ser promovida em larga escala. Assim, a atuação conjunta entre o poder público, plataformas digitais e a sociedade civil é essencial para garantir eleições mais transparentes e seguras.

As medidas jurídicas para combater a desinformação no processo eleitoral são fundamentais para a preservação da democracia. Com a crescente influência das redes sociais, é necessário que o Brasil continue aprimorando seu arcabouço legal e fortalecendo suas instituições para enfrentar os desafios impostos pelas fake news. A união de esforços entre leis, regulamentações e parcerias institucionais será o caminho mais eficaz para proteger a integridade eleitoral no país.

5.4 LEI Nº 9.504/1997 E A REGULAÇÃO DAS ELEIÇÕES NO BRASIL

A Lei nº 9.504, sancionada em 30 de setembro de 1997, é um marco fundamental na legislação eleitoral brasileira, estabelecendo normas gerais para as eleições e buscando garantir a lisura, a igualdade de oportunidades e a transparência no processo eleitoral. Em um contexto em que a democracia brasileira enfrenta

desafios constantes, a importância desta lei se torna ainda mais evidente, especialmente na promoção de um ambiente eleitoral justo e equitativo.

Uma das principais contribuições da Lei nº 9.504/1997 é a regulamentação da propaganda eleitoral. Como menciona o Tribunal Superior Eleitoral (TSE), "a propaganda é um instrumento essencial para a informação do eleitor e deve ser exercida de forma a garantir a igualdade de oportunidades entre os candidatos" (TSE, 2021). A lei estabelece diretrizes que proíbem práticas que possam criar desigualdades, como a utilização de bens públicos para fins eleitorais e a propaganda negativa. Essas regulamentações visam garantir que o eleitor tenha acesso a informações claras e objetivas sobre as propostas dos candidatos, sem a influência de estratégias desleais.

Além disso, a Lei nº 9.504/1997 introduziu mecanismos que buscam aumentar a transparência nas contas de campanha. Os candidatos são obrigados a prestar contas detalhadas de suas despesas e receitas, o que permite um controle mais rigoroso sobre o financiamento das campanhas. A publicidade das contas é fundamental para a promoção da integridade eleitoral, pois "a transparência nas contas de campanha é um dos pilares da confiança do eleitor no processo democrático" (Silva, 2019, p. 18). Essa medida também é essencial para combater práticas ilícitas, como o caixa 2, que podem comprometer a legitimidade das eleições.

Outra inovação importante trazida por esta legislação foi a introdução de regras específicas para o tempo de propaganda eleitoral no rádio e na televisão, garantindo que todos os candidatos tenham acesso igualitário a esses meios de comunicação. De acordo com a lei, "a divisão do tempo de propaganda deve ser feita de maneira equitativa, respeitando o princípio da isonomia" (Lei nº 9.504/1997, art. 57). Essa norma visa evitar que candidatos com maior poder econômico tenham vantagens desproporcionais em relação aos demais, contribuindo para um ambiente mais equilibrado nas eleições.

Entretanto, apesar das contribuições significativas da Lei nº 9.504/1997, ainda existem desafios a serem enfrentados. O uso crescente das redes sociais e das mídias digitais nas campanhas eleitorais, por exemplo, demanda uma atualização das regulamentações existentes. As plataformas digitais permitem que informações sejam disseminadas em larga escala, o que pode facilitar a propagação de notícias falsas e desinformação. Como ressaltam Almeida e Santos (2020, p. 89): "A legislação eleitoral

precisa evoluir para acompanhar as novas dinâmicas da comunicação contemporânea, garantindo que as regras se apliquem igualmente a todos os meios de propaganda.

Além disso, a eficácia da Lei nº 9.504/1997 depende da atuação proativa das instituições encarregadas de fiscalizar e aplicar suas disposições. O fortalecimento das competências do TSE e das instituições locais é crucial para garantir que as normas sejam cumpridas e que os infratores sejam punidos adequadamente. Conforme alerta a advogada eleitoralista Maria Cristina, "sem uma fiscalização efetiva, as regras estabelecidas pela lei podem se tornar meras formalidades, incapazes de promover uma verdadeira justiça eleitoral" (Cristina, 2021).

Em suma, a Lei nº 9.504/1997 é um pilar essencial da democracia brasileira, promovendo a transparência, a igualdade de oportunidades e a integridade nas eleições. Embora tenha contribuído significativamente para a regulação do processo eleitoral, é fundamental que a legislação se adapte às novas realidades, especialmente diante do crescimento das mídias digitais e das redes sociais. Somente com uma legislação atualizada e uma fiscalização efetiva poderemos garantir a qualidade e a legitimidade das eleições no Brasil.

5.5 LEI Nº 13.834/2019 E O COMBATE À DESINFORMAÇÃO ELEITORAL

A Lei nº 13.834, sancionada em 4 de junho de 2019, representa um avanço significativo na legislação brasileira no que se refere ao combate à desinformação, especialmente no contexto eleitoral. Esta norma altera a Lei das Eleições (Lei nº 9.504/1997) e estabelece penalidades mais rigorosas para a disseminação de informações falsas que possam influenciar o processo eleitoral. A relevância dessa lei reside não apenas na proteção da integridade das eleições, mas também na promoção de uma democracia mais saudável e transparente.

A desinformação tem se mostrado um dos principais desafios da atualidade, principalmente com o advento das redes sociais, onde a propagação de notícias falsas ocorre em velocidade impressionante. Segundo o Tribunal Superior Eleitoral (TSE), "as fake news podem comprometer a equidade e a legitimidade do processo eleitoral" (TSE, 2019). A Lei nº 13.834/2019, portanto, surge como uma resposta necessária a

esse fenômeno, introduzindo um mecanismo legal que busca responsabilizar aqueles que se valem da mentira para manipular o eleitorado.

Uma das principais inovações trazidas pela referida lei é a tipificação da conduta de "disseminação de notícias fraudulentas" no âmbito eleitoral. Essa medida é essencial para coibir práticas que, além de ilegais, configuram um ataque à democracia. A lei prevê penalidades que vão desde multas até a possibilidade de detenção para os infratores, reforçando a ideia de que a desinformação não pode ser tratada como um problema menor. Como enfatiza o jurista Fernando Mendes, "a tipificação da conduta de disseminação de notícias falsas representa um passo fundamental na proteção da democracia e na manutenção da integridade das eleições" (Mendes, 2019, p. 45).

Diante desse cenário, diversas iniciativas jurídicas têm sido implementadas para conter a proliferação de fake news no período eleitoral. O Brasil, por exemplo, aprovou a Lei nº 13.834/2019, que torna crime a disseminação de notícias falsas com o intuito de influenciar o resultado das eleições.

Marques (2019) ressalta que o combate à desinformação nas eleições não depende apenas da legislação, mas também da efetiva cooperação entre instituições e plataformas digitais. Embora as medidas jurídicas sejam essenciais, o sucesso no enfrentamento das fake news requer uma atuação conjunta entre as autoridades eleitorais, empresas de tecnologia e a sociedade civil. A implementação de sanções legais severas e o monitoramento constante do conteúdo online são passos fundamentais para assegurar a integridade das eleições.

Além disso, a Lei nº 13.834/2019 impõe obrigações às plataformas de redes sociais e provedores de conteúdo, exigindo que estes adotem medidas para impedir a veiculação de fake news durante o período eleitoral. Essa abordagem é crucial, visto que as plataformas digitais desempenham um papel central na circulação de informações na sociedade contemporânea. A lei estipula que os provedores devem criar mecanismos de identificação e rastreamento das informações disseminadas, o que pode contribuir para a responsabilização dos usuários que propagam notícias falsas.

Entretanto, a eficácia da Lei nº 13.834/2019 depende da sua implementação e do comprometimento das instituições envolvidas na fiscalização. A falta de uma estrutura robusta para monitorar e punir as práticas fraudulentas pode enfraquecer os

objetivos da legislação. Conforme ressaltam Almeida e Silva (2021): “A verdadeira luta contra a desinformação requer não apenas normas legais, mas também uma conscientização da sociedade e um comprometimento das autoridades para a aplicação dessas normas.”

Ademais, é fundamental que haja um diálogo contínuo entre a sociedade civil, os legisladores e as plataformas digitais para aprimorar a legislação e adaptá-la às novas realidades e desafios impostos pela tecnologia. O combate à desinformação deve ser uma prioridade nacional, especialmente em um contexto em que a confiança nas instituições democráticas está em xeque.

Em conclusão, a Lei nº 13.834/2019 representa um importante avanço no combate à desinformação eleitoral no Brasil, estabelecendo penalidades para aqueles que disseminam notícias falsas e impondo responsabilidades às plataformas digitais. No entanto, para que essa legislação seja efetiva, é necessário um comprometimento conjunto entre o Estado, a sociedade civil e as empresas de tecnologia. Somente assim poderemos garantir a integridade do processo eleitoral e fortalecer a democracia em nosso país.

6 CONCLUSÃO

O papel das redes sociais nas campanhas eleitorais brasileiras é inegável e multifacetado, refletindo uma transformação significativa no panorama político contemporâneo. Este artigo evidenciou que, embora as redes sociais proporcionem uma plataforma eficaz para a comunicação direta entre candidatos e eleitores, sua influência vai além da simples promoção de ideias e propostas. A capacidade de disseminar informações rapidamente, somada ao potencial de segmentação e personalização das mensagens, torna essas plataformas ferramentas poderosas no processo eleitoral.

Entretanto, os riscos associados à desinformação e às fake news emergem como desafios críticos que ameaçam a integridade do processo democrático. Como destacado, a propagação de informações falsas pode não apenas distorcer a percepção pública, mas também comprometer a confiança nas instituições e nas próprias eleições. Portanto, a necessidade de um arcabouço legal robusto, como

demonstrado pelas leis nº 9.504/1997 e nº 13.834/2019, é essencial para mitigar esses riscos e assegurar um ambiente eleitoral mais justo.

Além disso, o fortalecimento da parceria entre instituições e a sociedade civil é crucial para a implementação de medidas de monitoramento e controle das informações que circulam nas redes sociais. A mobilização conjunta pode criar um ambiente mais seguro e transparente, promovendo a cidadania informada e engajada.

Diante do exposto, é imperativo que continue a investigar e debater as implicações das redes sociais no processo eleitoral, reconhecendo tanto seu potencial transformador quanto os perigos que elas representam. A construção de uma democracia saudável requer a proteção contra a desinformação e o fortalecimento das práticas eleitorais, garantindo que o eleitorado tenha acesso a informações precisas e relevantes, fundamentais para a formação de opiniões conscientes. Assim, é possível não apenas preservar a integridade das eleições, mas também fomentar um ambiente democrático mais sólido e participativo.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, L. C.; SILVA, R. Redes sociais e política: uma nova dinâmica de comunicação. **Revista Brasileira de Comunicação Política**, v. 12, n.3, 45-67. 2021.

ALMEIDA, J.; SANTOS, M. Desafios da legislação eleitoral na era digital. **Revista de Direito Eleitoral**, v. 15, n. 3, p. 210-225, 2020.

BRASIL. **Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997**. Estabelece normas para as eleições. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 1 out. 1997. Brasília, DF: Presidência da República, 1997. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9504.htm. Acesso em: 15 set. 2024.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução TSE nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019**. Dispõe sobre propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito e condutas ilícitas em campanha eleitoral. Brasília, DF: Tribunal Superior Eleitoral, 2019. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/>. Acesso em: 15 set. 2024.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Programa de enfrentamento à desinformação**. Brasília, DF:TSE, 2020. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2020>. Acesso em: 16 set. 2024.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução TSE nº 23.610/2019**. Dispõe sobre a propaganda eleitoral. Brasília, DF:TSE, 2019. Disponível em: <https://www.tse.jus.br>. Acesso em: 19 set. 2024.

CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. Zahar: São Paulo, 2013.

CRISTINA, M. A importância da fiscalização nas eleições. **Jornal do Direito**, 2021. Disponível em: <https://www.jornaldodireito.com.br>. Acesso em: 18 set. 2024.

DADER, J. L. **A nova comunicação política**: campanhas eleitorais e as redes sociais. Ed. Universidade, 2020.

LIMA, F. A proteção de dados pessoais e o combate à desinformação eleitoral no Brasil. **Revista de Direito Eleitoral**, v. 16, n. 2, p. 112-130, 2020.

MACHADO, C. Desinformação nas eleições: o papel das fake news nas redes sociais. **Revista Brasileira de Ciências Políticas**, v. 31, n. 2, 15-35, 2018.

MARQUES, F. Redes sociais e o novo cenário eleitoral: desafios e oportunidades. **Política & Sociedade**, v. 18, n. 3, p. 48-72. 2019.

MENDES, F. Educação midiática: construindo cidadãos críticos na era digital. **Educação e Sociedade**, v. 40, n. 3, p. 565-580. 2019.

PARISER, E. **O filtro invisível**: O que a internet está escondendo de você. Editora Zahar. 2011.

SANTOS, M. A influência das mídias sociais nas eleições: desafios e oportunidades. **Jornal de Estudos Eleitorais**, v. 15, n. 2, p. 112-130, 2020.

SILVA, A. A transparência nas contas de campanha: um estudo sobre a lei eleitoral. **Revista Brasileira de Direito Público**, v. 10, n. 2, p. 95-110, 2019.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. **Information disorder**: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe, 2017.