

**ANÁLISE CRÍTICA SOBRE A
PROPAGANDA ELEITORAL
NA INTERNET: UMA
ANÁLISE SOBRE A
EFETIVIDADE DAS
MEDIDAS REGULATÓRIAS
DA PROPAGANDA
ELEITORAL NO AMBIENTE
VIRTUAL**

CRITICAL ANALYSIS OF ONLINE ELECTORAL ADVERTISING: AN ANALYSIS
OF THE EFFECTIVENESS OF REGULATORY MEASURES FOR ELECTORAL
ADVERTISING IN THE VIRTUAL ENVIRONMENT

Ciências Sociais Aplicadas • 13/05/2026

REGISTRO DOI: [10.70773/revistatopicos/778611928](https://doi.org/10.70773/revistatopicos/778611928)

Roger Lima Chaves

RESUMO

Este artigo analisa os desafios da propaganda eleitoral no ambiente digital brasileiro, focando na tensão entre a liberdade de expressão e a integridade do processo democrático. Por meio de uma análise crítica da Lei nº 9.504/1997 e das Resoluções do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), discute-se o impacto das redes sociais, do impulsionamento de conteúdos e do uso de Inteligência Artificial na formação da vontade do eleitor. O estudo identifica fragilidades na fiscalização, como o anonimato e a velocidade das fake news, e aponta a necessidade de maior responsabilização das plataformas digitais e atualização legislativa para mitigar o abuso do poder econômico e tecnológico.

Palavras-chave: Propaganda Eleitoral; Direito Eleitoral; Redes Sociais; Inteligência Artificial; Justiça Eleitoral.

ABSTRACT

This article analyzes the challenges of electoral propaganda in the Brazilian digital environment, focusing on the tension between freedom of speech and the integrity of the democratic process. Through a critical analysis of Law No. 9,504/1997 and the Resolutions of the Superior Electoral Court (TSE), it discusses the impact of social media, content boosting, and the use of Artificial Intelligence on the formation of the voter's will. The study identifies weaknesses in oversight, such as anonymity and the speed of fake news, and highlights the need for greater accountability of digital platforms and legislative updates to mitigate the abuse of economic and technological power.

Keywords: Electoral Advertising; Electoral Law; Social Media; Artificial Intelligence; Electoral Justice.

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho constitui-se em um resumo crítico que se debruçará sobre as questões relacionadas à propaganda eleitoral nos meios digitais. A análise abrangerá as inovações trazidas com o advento das redes sociais e os consequentes reflexos dessas transformações na seara jurídica, haja vista o estabelecimento de uma nova fronteira ainda a ser devidamente regulada no ordenamento jurídico. Nesse contexto, este trabalho visa apresentar uma análise crítica e abrangente sobre o tema da propaganda eleitoral na internet, considerando os principais aspectos conceituais e normativos, os desafios de fiscalização, os impactos na legitimidade do processo eleitoral e possíveis propostas de aperfeiçoamento legislativo.

2. CONCEITO E ABRANGÊNCIA DA PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET: UMA NOVA FRONTEIRA DA COMUNICAÇÃO POLÍTICA

Com a ocorrência do fenômeno da globalização, houve uma exponente volatilização dos meios de comunicação, necessitando assim de uma celeridade e instantaneidade que fizesse jus aos acontecimentos globais de modo quase que instantâneo. As redes sociais surgiram nesse contexto, proporcionando uma conectividade sem precedentes entre pessoas de todas as regiões, com uma grande aderência de grande parte da população global, bem como uma confluência de ideologias gerada pelo impulsionamento de algoritmos.

Para que possamos compreender a magnitude da propaganda eleitoral na internet, faz-se imperativo, primeiramente, definir o que se entende por tal fenômeno. Em síntese, a propaganda eleitoral nos meios digitais, trata-se de toda e qualquer forma de manifestação, veiculada por meios digitais, com o objetivo precípuo de promover

candidaturas, partidos políticos, coligações ou ideologias políticas, buscando influenciar a opinião e o voto do eleitorado durante o processo eleitoral, sua diferenciação de outras formas de comunicação digital reside precisamente em sua finalidade eleitoral explícita, que a distingue, por exemplo, da comunicação institucional de partidos fora do período eleitoral ou da manifestação meramente pessoal de opiniões políticas sem um cunho propagandístico direto.

Em um meio de tamanha volatilidade como a internet, os meios para que os objetivos de disseminação da propaganda eleitoral sejam perpetuados são diversos e extremamente mutáveis, dado ao bojo das mídias digitais, incluindo, mas não se limitando a, as onipresentes redes sociais, como facebook, instagram, twitter (agora x) e tiktok, onde a capacidade de segmentação de público, o uso de algoritmos para personalizar feeds, a viralização de conteúdos e a formação de "bolhas" informacionais se tornam fatores determinantes e categóricos na formação de correntes ideológicas e com um impacto significativo e direto no processo eleitoral como um todo. Além disso, os sites e blogs oficiais de campanha, bem como os mantidos por candidatos, partidos e apoiadores, servem como plataformas mais estruturadas para a disseminação de propostas e informações. Os aplicativos de mensagens, como whatsapp e telegram, apesar de sua natureza privada, tornaram-se ferramentas poderosas para a comunicação direta, mas também impõem desafios significativos relacionados aos disparos em massa, por vezes contendo informações de conteúdo objetivamente falso e com o intuito de ludibriar o eleitorado, e à dificuldade de rastreamento da origem de mensagens. Nesse diapasão, observa-se que muito embora as redes sociais pudessem servir, em primeira vista, como uma ferramenta para aumentar a participação popular e

o acesso à informação de maneira a garantir uma melhor tomada de decisão e aumento da soberania popular através da democracia, tais ferramentas foram desvirtuadas de seus interesses precípuos e utilizadas de modo a representar verdadeiros ataques a lisura do processo eleitoral. Tendo em vista o poderio belicoso de tais ferramentas que encontram-se deturpadas e carecendo de regulações positivadas em leis, bem como a crescente serventia dos meios digitais, e dos ilícitos ali cometidos, como armamento para a deturpação do processo eleitoral como um todo, através da disseminação em massa de notícias falsas, criação de “bolhas de pensamento” e do abuso de poder econômico, político, de influência (vide os influenciadores que se lançam a candidaturas utilizando-se das mídias sociais como forma de ataques ao processo democrático) e de autoridade.

3. PRINCIPAIS NORMAS E LIMITES LEGAIS: O ARCABOUÇO JURÍDICO QUE CARECE DE ADAPTAÇÕES

Se tratando da normatização da propaganda eleitoral na internet, esta é regida por um conjunto de normas jurídicas que buscam equilibrar o inalienável direito à liberdade de expressão com a imperiosa necessidade e dever de garantir a lisura, a igualdade de oportunidades entre os candidatos e a integridade do processo eleitoral como um todo. Para tanto, dentro do contexto jurídico brasileiro, os principais diplomas legais e normativos aplicáveis ao tema são a Lei nº 9.504/1997, conhecida como Lei das Eleições, o Código Eleitoral (Lei nº 4.737/1965) e, de forma complementar e crucial, as Resoluções expedidas pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE), dado ao caráter normativo do TSE através de suas resoluções, com destaque particular para a Resolução TSE de nº 23.610/2019.

A legislação eleitoral, especialmente a Lei das Eleições (Lei nº 9.504/1997), trouxe, a partir das reformas legislativas de 2009 (Lei nº 12.034/2009) e de 2017 (Lei nº 13.488/2017), que surgiram em uma tentativa de normatizar o ainda recente meio digital, trouxe disposições específicas a propaganda eleitoral em meio digital. Entre os dispositivos mais relevantes que moldam e tentam regular a conduta no ambiente virtual, destacam-se os artigos 57-A ao 57-H da referida lei, que introduziram regras próprias para a propaganda eleitoral na internet, estabelecendo, por exemplo, a necessidade de identificação do responsável pelo conteúdo no artigo 57-D, ademais *in verbis*:

Art. 57-D. É livre a manifestação do pensamento, vedado o anonimato durante a campanha eleitoral, por meio da rede mundial de computadores - internet, assegurado o direito de resposta, nos termos das alíneas a, b e c do inciso IV do § 3º do art. 58 e do 58-A, e por outros meios de comunicação interpessoal mediante mensagem eletrônica.

Dessa forma, notórios se demonstram os esforços da legislação eleitoral em definir o modo e a forma que a propaganda eleitoral por meio da internet deve ser feita de modo a garantir a publicidade da imagem tanto do anunciante como de eventuais apoiadores de posicionamentos confluentes aos veiculados pelo candidato, bem como a possibilidade da crítica por pessoas com posicionamentos políticos opostos, desde que respeitada a vedação ao anonimato como forma de salvaguardar o direito de eventuais ações relacionadas ao excesso destas manifestações de pensamento em

meios digitais. Entretanto, há de ser mencionado a falta de medidas efetivas dos órgãos eleitorais, bem como a Justiça Eleitoral, para fiscalizar de forma a garantir a efetividade da norma acima mencionada, muito embora haja um intuito normatizador de coibir determinadas ações, inexistem meios efetivos de fiscalização e combate em tempo hábil de diversas campanhas de ataques virtuais mascaradas de “livre manifestação do pensamento”, materialmente falando, ocorre que diversos grupos se utilizam do pretexto da liberdade de expressão como forma de impunidade de agressão, não havendo sanções devidas para seus delitos e tampouco a proteção devida ao processo eleitoral que sofre sobremaneira sofre pesadas penas por esta omissão.

Ainda nessa esteira, o referido dispositivo legal trouxe, também, inovações quanto a vedação do impulsionamento em massa feita por terceiros que não o partido, candidatos ou coligações, ou pessoas físicas que o façam de maneira paga, desta forma demonstra-se uma nítida intenção positivada de coibir um eventual abuso de poder econômico realizado por terceiros, eventuais anônimos ou ainda Pessoas Jurídicas (assim como as empresas) que pudesse se utilizar de seu poderio econômico como forma de desequilibrar e desvirtuar o uso da propaganda eleitoral via internet, em tal bossa, assim tratam os referidos dispositivos legais:

Art. 57-B. A propaganda eleitoral na internet poderá ser realizada nas seguintes formas:

I - em sítio do candidato, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de internet estabelecido no País;

II - em sítio do partido ou da coligação, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de internet estabelecido no País;

III - por meio de mensagem eletrônica para endereços cadastrados gratuitamente pelo candidato, partido ou coligação;

IV - por meio de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e aplicações de internet assemelhadas cujo conteúdo seja gerado ou editado por:

a) candidatos, partidos ou coligações; ou

b) qualquer pessoa natural, desde que não contrate impulsionamento de conteúdos.

§ 1o A cada reiteração de conduta, será duplicado o período de suspensão.

§ 2o Não é admitida a veiculação de conteúdos de cunho eleitoral mediante cadastro de usuário de aplicação de internet com a intenção de falsear identidade.

§ 3o É vedada a utilização de impulsionamento de conteúdos e ferramentas digitais não disponibilizadas pelo provedor da aplicação de internet, ainda que gratuitas, para alterar o teor ou a repercussão de

propaganda eleitoral, tanto próprios quanto de terceiros.

[...]

Mediante ao exposto, demasiadas se demonstram os intuitos das inovações legislativas para coibir o impulsionamento em massa de propagandas eleitorais, entretanto, há de ser exposto que embora haja uma tentativa legal de mitigar tais ações, sabe-se que a legislação não previu de maneira expressa a possibilidade do impulsionamento digital por meio de máquinas automatizadas, os chamados “*bots*”. Em um período recente sabemos que não só a utilização de “*bots*” pode ser danosa ao processo eleitoral por ser uma rápida e fácil ferramenta de disparo em massa de propagandas, como também, uma tentativa de ludibriar os órgãos eleitorais que pouco (ou nada) fiscalizam a identidade dos responsáveis pelas postagens de material propagandístico nas mídias sociais. Convém ainda mencionar que os dispositivos legais não estão devidamente atualizados sobre a possibilidade de vídeos, imagens e conteúdos criados digitalmente por máquinas, assim como os conteúdos criados por Inteligência Artificial (IA), que são poderosos detratores na persecução da lisura do processo eleitoral, podendo representar verdadeiros “*game changers*” dentro de um processo eleitoral, ou seja, aqueles que se beneficiarem destes artifícios ardilosos provenientes das inovações computacionais e da ausência de uma efetiva fiscalização que ocorra de maneira célere podem vir a virarem o jogo eleitoral ao seu favor através de meios ilegais e desleais com o processo eleitoral.

Em adição, cita-se que os parágrafos 3º e 4º do artigo 57-B da Lei das Eleições (Lei nº 9.504/1997) devem ser revistos dentro da atual ótica

de possíveis impulsionamentos em massa realizados por “bots”, como seguem:

Art. 57-B A propaganda eleitoral na internet poderá ser realizada nas seguintes formas:

[...]

§ 4o O provedor de aplicação de internet que possibilite o impulsionamento pago de conteúdos deverá contar com canal de comunicação com seus usuários e somente poderá ser responsabilizado por danos decorrentes do conteúdo impulsionado se, após ordem judicial específica, não tomar as providências para, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço e dentro do prazo assinalado, tornar indisponível o conteúdo apontado como infringente pela Justiça Eleitoral.

§ 5o A violação do disposto neste artigo sujeita o usuário responsável pelo conteúdo e, quando comprovado seu prévio conhecimento, o beneficiário, à multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais) ou em valor equivalente ao dobro da quantia despendida, se esse cálculo superar o limite máximo da multa.

Em tal análise, percebe-se que os citados dispositivos focaram-se em punir tão somente os responsáveis pela criação do conteúdo e não os responsáveis pela sua veiculação, bem como os provedores de internet, que detém os meios para verificação da regularidade das propagandas eleitorais e tampouco o fazem, como também não são

devidamente punidos pela sua veiculação de maneira inadequada, subvertendo toda a lógica anteriormente trazida pelos parágrafos e incisos anteriores do referido artigo, ora, em um dado momento a lei cria exigências para que a propaganda eleitoral seja feita, de modo a garantir critérios para sua veiculação e em outro o mesmo dispositivo legal ignora tais exigências, bem como a responsabilização direta e objetiva dos provedores de internet que serão responsáveis por fazerem tal veiculação, tal dispositivo foge da lógica e da hermenêutica já estabelecida e permite que os provedores de internet atuem como bem entendem diante desse cenário e ainda lucrem com tais atos de propaganda irregular e impulsionamentos ilegais, haja vista só poderem ser responsabilizados (atualmente) após a prévia comunicação e após a perpetuação do ilícito. Mediante tal síntese torna-se imperioso que tal diploma legal se adeque de modo a garantir a efetividade de suas próprias exigências e a não perpetuação da impunidade dos provedores digitais.

Por conseguinte, as resoluções do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) representam uma normatização infralegal e constituem um mecanismo fundamental para detalhar e operacionalizar as diretrizes da legislação federal, nesta ótica, tais resoluções são de grande valia para garantir a efetividade das legislações, haja vista a volatilidade dos meios digitais, necessitando de céleres medidas para coibir a prática de ilícitos. Nesse contexto, a Resolução TSE nº 23.610/2019, com suas sucessivas atualizações, emerge como o principal instrumento normativo que regula minuciosamente a propaganda eleitoral na internet. Esta resolução disciplina, entre outros pontos, a definição de impulsionamento de conteúdos, permitindo a contratação de serviços de promoção de publicações apenas por candidatos, partidos, coligações e federações, conforme

seu art.27. Também estabelece a proibição expressa de disparo em massa de mensagens por aplicativos como whatsapp e telegram, como uma medida necessária para coibir a manipulação dentro do processo eleitoral. A exigência de transparência e identificação da autoria de toda propaganda digital é outro pilar da resolução, assim como as regras detalhadas para a responsabilização de provedores de aplicação no caso de descumprimento das determinações da Justiça Eleitoral.

Dentro dos Limites Legais Específicos, a legislação eleitoral impõe restrições claras para garantir um ambiente eleitoral equitativo. A Proibição de Propaganda Paga em Sites de Pessoas Jurídicas é um exemplo contundente, pois o artigo 57-C da Lei nº 9.504/1997 determina que a veiculação de propaganda paga na internet só pode ocorrer por meio de impulsionamento de conteúdo, vedando a propaganda paga em sites de pessoas jurídicas não diretamente ligadas à campanha eleitoral. Tal medida busca mitigar o abuso de poder econômico e a compra indiscriminada de espaços na internet por candidatos com maior poder financeiro. A Vedação ao Disparo em Massa de Mensagens, definido como o envio de mensagens automatizadas a grandes volumes de usuários sem o devido consentimento, é expressamente proibida com base na própria Resolução TSE nº 23.610/2019 e se fundamenta no princípio da paridade de armas entre os candidatos. Essa prática é considerada uma distorção grave do processo democrático, especialmente quando realizada com o uso de bancos de dados obtidos de forma ilícita. Por fim, as Restrições ao Anonimato e à Disseminação de Notícias Falsas e a recente atualização para vedar a utilização de conteúdos gerados por Inteligência Artificial são considerados basilares para a integridade do pleito, desse modo a resolução Resolução TSE nº 23.610/2019 assim dispõe:

Art. 9º-B. A utilização na propaganda eleitoral, em qualquer modalidade, de conteúdo sintético multimídia gerado por meio de inteligência artificial para criar, substituir, omitir, mesclar ou alterar a velocidade ou sobrepor imagens ou sons impõe ao responsável pela propaganda o dever de informar, de modo explícito, destacado e acessível que o conteúdo foi fabricado ou manipulado e a tecnologia utilizada.

Art. 9º-C É vedada a utilização, na propaganda eleitoral, qualquer que seja sua forma ou modalidade, de conteúdo fabricado ou manipulado para difundir fatos notoriamente inverídicos ou descontextualizados com potencial para causar danos ao equilíbrio do pleito ou à integridade do processo eleitoral.

§ 1º É proibido o uso, para prejudicar ou para favorecer candidatura, de conteúdo sintético em formato de áudio, vídeo ou combinação de ambos, que tenha sido gerado ou manipulado digitalmente, ainda que mediante autorização, para criar, substituir ou alterar imagem ou voz de pessoa viva, falecida ou fictícia (deep fake)

Em tal síntese, depreende-se que as normatizações trazidas pelo Tribunal Superior Eleitoral são indispensáveis para a garantia da lisura do pleito eleitoral, agindo de maneira eficiente e necessária para garantir a devida aplicação da lei e do efetivo exercício da democracia.

Em adição, há ainda, uma diferenciação da resolução do Tribunal Superior Eleitoral da Lei das Eleições, muito embora a legislação não estabeleça uma responsabilidade direta e objetiva aos provedores de internet pelas informações por eles veiculadas, a Resolução N° 23.610/2019 de outra forma dispõe, impendendo ao provedor de internet a responsabilidade de adotar medidas para evitar a propagação de fatos sabidamente inverídicos ou gravemente descontextualizados, ademais *in verbis*:

Art. 9º-D. É dever do provedor de aplicação de internet, que permita a veiculação de conteúdo político-eleitoral, a adoção e a publicização de medidas para impedir ou diminuir a circulação de fatos notoriamente inverídicos ou gravemente descontextualizados que possam atingir a integridade do processo eleitoral, incluindo:

[...]

§ 1º É vedado ao provedor de aplicação, que comercialize qualquer modalidade de impulsionamento de conteúdo, inclusive sob a forma de priorização de resultado de busca, disponibilizar esse serviço para veiculação de fato notoriamente inverídico ou gravemente descontextualizado que possa atingir a integridade do processo eleitoral.

§ 2º O provedor de aplicação, que detectar conteúdo ilícito de que trata o caput deste artigo ou for notificado de sua circulação pelas pessoas usuárias, deverá adotar providências imediatas e eficazes para fazer cessar o impulsionamento, a monetização e o acesso ao conteúdo e promoverá a apuração interna do fato e de perfis e contas envolvidos para impedir nova circulação do conteúdo e inibir comportamentos ilícitos, inclusive pela indisponibilização de serviço de impulsionamento ou monetização.

Destarte, é categórico afirmar que a Justiça Eleitoral, através das suas resoluções, busca garantir que a sua atuação institucional não

se torne engessada ou comprometida em razão da desatualização dos instrumentos normativos, bem como as Leis, apesar de tais normatizações nem sempre refletirem diretamente na realidade material, dada a dificuldade da fiscalização dos meios digitais.

Em suma, vê-se uma delimitação sensível e de constante observação entre as normas existentes e das resoluções do TSE e do ordenamento jurídico como um todo, em virtude da incessante mudança das legislações eleitoreiras (principalmente quando há um ano antes do pleito) e da necessidade de adaptações à essas legislações por parte da Justiça Eleitoral. Do ponto de vista da legitimidade normativa positivada, é plenamente possível sustentar que as restrições impostas pela legislação eleitoral brasileira à propaganda na internet encontram sólido e incontestado amparo constitucional, fundamentadas especialmente nos princípios da isonomia eleitoral, da moralidade administrativa e da própria legitimidade democrática, devendo as Leis e resoluções do TSE garantirem o direito à liberdade de expressão sem que esse se torne uma “impunidade de agressão”, especialmente no que tange ao processo democrático, entretanto, não se pode ignorar a existência de algumas fragilidades e lacunas nesse sistema de proteção. A incessável evolução das tecnologias digitais, por exemplo, muitas vezes torna as normas rapidamente obsoletas, exigindo atualizações frequentes por parte do legislador e do TSE, o que nem sempre ocorre com a celeridade necessária. Outro ponto de crítica relevante refere-se ao grau de detalhamento, por vezes excessivo, de algumas resoluções do TSE, o que pode suscitar questionamentos quanto ao respeito ao princípio da legalidade estrita e de um possível (leia-se certo) ativismo político das resoluções do referido órgão, visto que determinadas limitações de direitos fundamentais, para alguns juristas, exigiriam previsão em lei formal e não apenas em atos

normativos infralegais. Por fim, outro aspecto que necessita ser revisto é o complexo equilíbrio entre a efetividade das proibições e a capacidade dos mecanismos de fiscalização, tendo em vista o fato de que o combate eficaz ao abuso dos meios de comunicação digitais depende não apenas da existência de normas claras, mas também de uma robusta infraestrutura tecnológica, de capacidade institucional adequada e de cooperação internacional fluida entre os órgãos de justiça e as plataformas digitais, que por vezes agem de maneiras contrárias.

4. DESAFIOS DA FISCALIZAÇÃO E CONTROLE: A COMPLEXIDADE DO AMBIENTE DIGITAL

A fiscalização e o controle da propaganda eleitoral na internet representam um dos maiores “calcanhares de Aquiles” para a Justiça Eleitoral e os órgãos de fiscalização eleitorais, dadas as características precípua e a volatilidade do ambiente digital. A complexidade dos meios digitais impõe desafios significativos que, muitas vezes, extrapolam em muito as capacidades e os instrumentos tradicionais de fiscalização que não encontram-se devidamente preparados para esses meios, haja vista o fato de que a internet permite a disseminação instantânea e massiva de informações, em especial durante o curto período de pleito eleitoral, criando um cenário onde a detecção, a investigação e a repressão de ilícitos se torna uma tarefa demasiadamente hercúlea, quase inexecutável.

Dentre os principais obstáculos há de ser mencionada a dificuldade de identificar a autoria de conteúdos ilícitos ou irregulares, muito embora a legislação eleitoral, como no Art. 57-D da Lei nº 9.504/1997, vede expressamente o anonimato na propaganda eleitoral na

internet e exija a identificação do responsável pela veiculação, a prática mostra que essa exigência dificilmente encontra aderência na realidade, não tornando-se verossímil ou atingindo a sua efetividade. A proliferação de perfis falsos, contas clonadas e a utilização de redes privadas virtuais (VPNs) ou *proxies* dificultam ou impossibilitam o rastreamento da origem da mensagem. Adicionalmente, a ação coordenada de "*bots*" e contas falsas, que simulam interações humanas e amplificam mensagens de forma artificial, representa um desafio técnico para a distinção entre engajamento orgânico e manipulação, tais estratégias visam criar uma falsa percepção de apoio popular a determinados candidatos ou de repulsa a outros, distorcendo o debate público e a percepção do eleitorado à realidade do processo democrático.

Nessa esteira, a velocidade de propagação de informações é também um fator que carece da devida atenção dos meios de fiscalização da Justiça Eleitoral, haja vista o fato de que no ambiente digital, uma notícia, seja ela verdadeira ou falsa, pode viralizar em questão de minutos, atingindo milhões de usuários antes mesmo que a Justiça Eleitoral ou os próprios provedores de aplicação tomem conhecimento do conteúdo ou consigam agir para contê-lo. Em tal cenário, tais peculiaridades da internet pode vir a causar danos irreparáveis à imagem de candidatos ou à integridade do processo eleitoral antes mesmo que qualquer medida de remoção ou direito de resposta possa ser tomada e efetivada, mesmo com a previsão legal de responsabilização para provedores que não agem após notificação judicial, conforme o Art. 57-B, § 4º, da Lei nº 9.504/1997, o tempo entre a identificação da infração, a ordem judicial e a efetiva remoção do conteúdo é demasiadamente pesaroso e penoso ao processo eleitoral e a efetividade da lisura do

mesmo, impendendo um verdadeiro obstáculo na garantia de um processo eleitoral de maneira devida e íntegra.

Por fim, o custo e a disponibilidade de recursos representam detratores para a Justiça Eleitoral e o Ministério Público Eleitoral, tamanha fiscalização do ambiente digital demandaria significativos investimentos em tecnologia, como sistemas de inteligência artificial para detecção de *fake news* e *bots*, além da capacitação contínua de recursos humanos especializados em análise de dados e direito digital, além da necessidade de uma comunicação direta com os provedores de internet, para que esses agissem de modo a efetivar os requisitos legais da propaganda eleitoral, antes de permitirem sua veiculação. Entretanto, sem a infraestrutura e os recursos humanos adequados, a capacidade de controle e repressão de ilícitos permanece limitada, abrindo flancos para a atuação de estratégias ilegais de propaganda como forma de comprometer a integridade, a transparência e a lisura do processo eleitoral como um todo.

5. IMPACTO NA LEGITIMIDADE DO PROCESSO ELEITORAL: RISCOS À DEMOCRACIA

No que tange a propaganda eleitoral na internet, deve-se repisar que sua capacidade de perversão e influência, pode abalar profundamente a legitimidade, a transparência e a igualdade de oportunidades no processo eleitoral, elementos basilares de uma democracia salutar. Os riscos associados a essa nova dinâmica digital são incomensuráveis e exigem uma constante vigilância para garantir a preservação da integridade do pleito e da confiança pública nas instituições democráticas.

Em tal ensejo, um dos perigos mais latentes encontra-se na manipulação da opinião pública, as mídias sociais, são possuidoras de algoritmos dotados de uma profunda modulação das opiniões políticas e a capacidade de segmentação de eleitores feita pelas “bolhas sociais”, permite que campanhas políticas direcionem mensagens específicas para grupos de indivíduos, baseando-se em seus perfis, interesses e vulnerabilidades, tal processo chamado de “*microtargeting*”, embora possa parecer uma estratégia eficiente do ponto de vista do provedor destes serviços, acaba por criar um ambiente propício para a formação de “câmaras de eco” e “bolhas informacionais”, onde os eleitores são expostos predominantemente a informações que reforçam suas crenças preexistentes, muitas vezes sem acesso a perspectivas divergentes e com informações parciais ou enganosas, tal qual as *fake news*. Tal exposição unilateral pode limitar o senso crítico e a capacidade de discernimento do eleitorado, tornando-o mais suscetível à desinformação e a narrativas tendenciosas. Desse modo, a veiculação massiva de desinformação, as chamadas *fake news*, assumem um papel central nesse cenário de manipulação, haja vista o fato de que por diversas vezes candidatos se beneficiam e utilizam das *fake news* como estratégia para influenciar diretamente no pleito eleitoral, comprometendo a lisura do processo democrático como um todo.

Nesse bojo, a intensificação da polarização política é uma nítida consequência desse cenário, principalmente nos meios virtuais que facilitam a formação de grupos com visões semelhantes e a disseminação de narrativas sensacionalistas e extremismos políticos, impedindo a formação de uma visão pública de modo imparcial e legítimo, gerando uma corrosão da capacidade do eleitorado de digerir as informações relativas a democracia de forma independente de suas convicções, fazendo com que as convicções

se tornem adversários mais perigosos da verdade do que as próprias mentiras. Tal polarização, alimentada por conteúdos que visam mais a atacar adversários com informações distorcidas ou sabidamente falsas do que apresentar propostas salutáveis à democracia, gera um pânico moral e distorção da percepção pública, afetando diretamente a governabilidade, até mesmo dos representantes eleitos, portanto tal fenômeno possui reflexos não só no processo eleitoral *stricto sensu*, como também na representatividade democrática como um todo.

No que tange à transparência e igualdade de oportunidades, a propaganda eleitoral digital ainda carece de meios que tragam efetividade às normas trazidas pela Lei nº 9.504/1997, neste âmbito o uso do poder econômico para impulsionamento de conteúdo, ainda que a Lei nº 9.504/1997 e as Resoluções do TSE estabeleçam regras claras para quais atores do processo eleitoral podem contratar esse serviço e como eles deve ser identificados, pode gerar um certo desequilíbrio na disputa, haja vista o fato de que candidatos com maiores recursos financeiros podem alcançar um público muito mais amplo, enquanto aqueles com menos capacidade de investimento podem ter sua mensagem limitada, limitando a efetividade de uma democracia igualitária e representativa conforme os preceitos da Carta Magna de 1988. Muito embora haja a vedação à propaganda paga em sites de pessoas jurídicas, as brechas e os artifícios criados na utilização de ferramentas digitais podem levar a práticas que, indiretamente, violam o princípio da paridade de armas, a vedação ao disparo em massa de mensagens sem o consentimento do destinatário, por exemplo, é uma tentativa de mitigar essa desigualdade e evitar que grandes volumes de dados sejam usados de forma indevida.

Nesta tessitura, a jurisprudência eleitoral tem desempenhado um papel fundamental na tentativa árdua de conter esses riscos e de proteger o processo democrático, Tribunal Superior Eleitoral e os Tribunais Regionais Eleitorais têm sido proativos na interpretação e aplicação das normas eleitorais no contexto digital, estabelecendo precedentes extremamente necessários para a efetivação da legislação eleitoral. Além disso, a proibição do uso de "conteúdos sintéticos manipulados digitalmente, inclusive por meio de inteligência artificial (deep fake)" com finalidades eleitorais demonstra um nítido empenho da Justiça Eleitoral em manter-se atida aos artifícios que podem comprometer significativamente a lisura do processo democrático. Tal atuação jurisprudencial busca não apenas punir, mas também desestimular tais práticas que ameaçam a liberdade de escolha do eleitor e a lisura do processo democrático. O fato de que tais violações podem configurar abuso do poder político e uso indevido dos meios de comunicação, sujeitando os responsáveis à cassação do registro ou mandato eletivo, demonstra um efetivo empenho da Justiça Eleitoral em rechaçar toda tentativa de manipulação do pleito e do uso do artilho como forma de afetar o processo eleitoral.

6. PROPOSTAS E SOLUÇÕES (SÍNTESE CRÍTICA)

Ao se analisar criticamente a efetividade da legislação atual, percebe-se que, embora tenham sido realizados avanços importantes na regulamentação da propaganda eleitoral na internet, a velocidade das inovações tecnológicas muitas vezes supera a capacidade do legislador de criar normas que regulem devidamente um meio dotado de extrema volatilidade, como é a internet. Desse modo, torna-se categórico que sejam feitas constantes balizas aos meios propagandísticos na internet de modo

a não serem toleradas inovações que venham a banalizar o processo democrático, de tal forma os meios digitais, embora voláteis, devem sempre preservar as garantias de um processo democrático liso e equânime.

Nesse diapasão, aprimoramentos legislativos devem fortalecer o sistema incluindo, primariamente, a necessidade de uma maior responsabilização das plataformas digitais por conteúdos ilegais veiculados em seus domínios e por elas não regulados, além disso, deve-se haver o dever de tais plataformas de cumprirem aos requisitos da propaganda eleitoral de maneira devida, não sendo admissível que as mesmas possam veicular de maneira imprudente propagandas que descumpram os preceitos legais para sua divulgação. Adicionalmente, ferramentas como o *microtargeting* e o funcionamento dos algoritmos de recomendação merecem uma atenção regulatória especial, buscando-se maior transparência e evitando que tais ferramentas sejam utilizadas como forma de manipulação política. É mister, ainda, a necessidade de criação de leis mais abrangentes e específicas sobre o ambiente digital eleitoral, que contemplem as particularidades das redes sociais, aplicativos de mensagens e a emergência da inteligência artificial.

No que tange às medidas de fiscalização, é patente a necessidade de investimento no fortalecimento dos órgãos de controle, como a Justiça Eleitoral e o Ministério Público, por meio da capacitação de seus quadros em tecnologias da informação e do aparelhamento de tais órgãos com ferramentas avançadas para monitoramento e investigação célere de tais ilícitos é de suma importância para garantir que os impulsionamentos em massa, bem como os desenvolvidos por *bots*, sejam coibidos e os responsáveis sejam

devidamente identificados, de forma a dar efetividade à vedação ao anonimato.

Em síntese, com o advento da internet houve uma mudança de forma irreversível na propaganda eleitoral, apresentando tanto um potencial positivo na efetividade do sistema democrático quanto ao engajamento da sociedade, quanto desafios complexos e pesados para a integridade e a lisura do processo eleitoral. A velocidade de disseminação de informações, a interatividade com o eleitorado e a segmentação de conteúdos impõem em desafios significativos para a regulamentação e fiscalização da Justiça Eleitoral, submetendo o processo eleitoral a uma perniciosa polarização política e a manipulação algorítmica das redes, uma detida análise da legislação existente revela a necessidade imperativa de sua constante adaptação e aprimoramento, bem como a urgência de medidas de fiscalização mais eficazes e coordenadas entre os órgãos da Justiça Eleitoral e os provedores dos meios digitais, para que haja uma adequação e submissão de tais empresas às legislações nacionais, de modo a garantir a devida aplicação da lei e uma verdadeira efetividade do processo democrático.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. **Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997.** Estabelece normas para as eleições. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9504.htm. Acesso em: 20 junho de 2025.

BRASIL. **Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965.** Código Eleitoral. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4737.htm. Acesso em: 20 junho de 2025.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (TSE). **Resolução TSE nº 23.610/2019**. Dispõe sobre a propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito e condutas ilícitas em campanha eleitoral. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/23-610>. Acesso em: 20 junho de 2025.