



Artigo Original

DOI: <https://dx.doi.org/10.12662/1809-5771RI.127.5763.p53-55.2024>

O IMPACTO DAS MÍDIAS SOCIAIS NO PROCESSO ELEITORAL BRASILEIRO

RESUMO

A digitalização da sociedade transformou a comunicação política, tornando as mídias sociais essenciais no processo eleitoral. O modelo tradicional de campanhas, baseado em discursos de massa e entrevistas mediadas, perdeu espaço para estratégias digitais que conectam diretamente candidatos e eleitores. Nesse contexto, este estudo analisa o impacto das mídias sociais nas eleições brasileiras, discutindo como essa nova dinâmica afeta a democracia e a relação entre representantes e representados. Para isso, adotou-se uma abordagem qualitativa com revisão teórico-bibliográfica, considerando o direito e as ciências políticas, além da análise de estudos sobre campanhas digitais, segmentação do público e o papel das redes na disseminação de informações políticas. Os resultados demonstram que as mídias sociais ampliam o alcance das campanhas eleitorais e reduzem os custos de participação política, porém também favorecem a criação de bolhas de filtro e a propagação de desinformação. Ao mesmo tempo em que fortalecem a interação entre eleitores e políticos, podem comprometer a qualidade do debate público. Dessa forma, observa-se que o impacto das mídias sociais no processo eleitoral não é, por si só, negativo, mas seu uso inadequado pode fragilizar a democracia, exigindo regulamentação e monitoramento para equilibrar liberdade de expressão e integridade eleitoral. Conclui-se, portanto, que as mídias sociais revolucionaram a política e exigem novas estratégias de regulação, pois o desafio não está na digitalização da democracia, mas em garantir que seu uso esteja alinhado com princípios democráticos e de participação responsável.

Palavras-chave: democracia; eleições; mídias sociais.

1 INTRODUÇÃO

A democracia brasileira, restaurada com a Constituição de 1988, enfrenta o desafio de adaptar o processo eleitoral às novas formas de fazer política. As mídias sociais deixaram de ser apenas canais informais de comunicação e se tornaram plataformas estratégicas para campanhas eleitorais, influenciando decisivamente os resultados das eleições.

A sociedade transformou sua forma de comunicação e interação. Se antes o diálogo predominava na forma falada, hoje ele é majoritariamente escrito e visual. Mensagens curtas e imagens impactantes se espalham rapidamente na internet, atingindo um público ilimitado.

Carlos Eduardo Ferreira Aguiar

MESTRE

<https://orcid.org/0000-0001-6861-6774>

car.guiar.18@gmail.com

Autor correspondente:

Carlos Eduardo Ferreira Aguiar

E-mail: car.guiar.18@gmail.com

Submetido em: 09/03/2025

Aprovado em: 10/03/2025

Como citar este artigo:

AGUIAR, Carlos Eduardo Ferreira. O impacto das mídias sociais no processo eleitoral brasileiro. **Revista Interagir**, Fortaleza, v. 19, n. 127, p. 53-55, jul./ago./set. 2024. ISSN 1809-5771. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.12662/1809-5771RI.127.5763.p53-55.2024>. Acesso em: 2 abr. 2025.

Diante disso, este estudo analisa o impacto das mídias sociais no processo eleitoral brasileiro. Metodologicamente, adota uma abordagem qualitativa com revisão teórico-bibliográfica, considerando o direito e as ciências políticas, além da análise de estudos sobre campanhas digitais, segmentação do público e o papel das redes na disseminação de informações políticas. Trata-se de uma pesquisa exploratória e descritiva, de natureza pura.

2 ESTRUTURA COMUNICACIONAL NAS MÍDIAS SOCIAIS

A revolução tecnológica impulsionada pelo Big Data transformou profundamente a comunicação. Aplicativos como WhatsApp e Telegram, além de redes sociais como X (antigo Twitter), Facebook e Instagram, ampliaram o espaço de debate, rompendo fronteiras internas e externas, especialmente no âmbito político.

Compreender como essa comunicação se estrutura é essencial para analisar seus impactos, diretos e indiretos, pretendidos ou não. As mídias sociais reduziram os custos de informação e participação política, permitindo um debate mais amplo, antes mediado pelo *mainstream*. No entanto, os algoritmos dessas plataformas, ao priorizarem o maior alcance, tendem ao espetáculo e à formação de bolhas de filtro, dificultando a diversidade de ideias e promovendo a repeti-

ção estratégica de conteúdos similares (Bachini; Oliveira; Cará, 2023).

Além disso, essa nova dinâmica ocorre em um cenário de “esvaziamento dos partidos, mudanças nas lealdades políticas dos cidadãos e transformações nos hábitos midiáticos” (Ituassu et al., 2023). A “velha política” perde sentido diante de uma democracia digital, em que o eleitorado tem acesso direto e quase irrestrito aos representantes, fortalecendo a *accountability* horizontal e diluindo barreiras entre cidadãos e políticos (O'Donnel, 1998).

A comunicação política nas redes sociais é segmentada, pois alcançar um grande número de eleitores exige atender a diversas demandas sociais. Ituassu et al. (2023) apontam que a segmentação caracteriza campanhas hiper-midiáticas, nas quais mensagens são direcionadas a grupos específicos, com conteúdos ajustados ao público-alvo.

Assim, as campanhas eleitorais utilizam estratégias de publicidade e propaganda digital para se conectar tanto com sua base quanto com eleitores indecisos, essenciais em um cenário de forte polarização. É fundamental avaliar os impactos desse modelo no processo eleitoral – desde a escolha dos candidatos até o exercício do mandato – e na democracia como um todo.

3 EFEITOS DA COMUNICAÇÃO DIGITAL NA POLÍTICA E NA DEMOCRACIA

A ampliação do espaço de comunicação política fortalece a democracia ao permitir a interação direta entre representantes e representados, reduzindo o déficit de *accountability* característico da democracia representativa brasileira e promovendo maior senso de pertencimento do povo à esfera pública (Bachini; Oliveira; Cará, 2023).

Historicamente, a democracia no Brasil foi moldada pela participação popular em movimentos sociais organizados por meio da comunicação analógica. Além disso, as elites políticas e econômicas sempre mantiveram o controle social por meio do domínio da informação (Aguiar, 2023).

Por outro lado, a segmentação do público nas redes sociais, projetada para maximizar a adesão às ideias propagadas, pode comprometer a coesão democrática. Esse fenômeno leva à “nova atomização não pública em minipúblicos específicos” (Ituassu et al., 2023, p. 20) e à construção de uma voz coletiva difusa, sem autoria definida, sustentada por trocas espontâneas de mensagens na internet (Bachini; Oliveira; Cará, 2023, p. 183).

Um estudo do DataSenado de 2019, com 2,4 mil entrevistados, apontou que 45% dos eleitores decidiram seu voto com base em informações obtidas em

redes sociais, e 79% utilizam o WhatsApp como principal fonte de informação (Baptista, 2019). Nesse cenário, campanhas políticas exploram o engajamento em rede para impulsionar candidaturas ou desestabilizar adversários, muitas vezes construindo narrativas populistas e *antiestablishment* sem compromisso com a veracidade dos fatos, viabilizando a disseminação de *fake news* (Dourado, 2024).

Dessa forma, as mídias sociais exercem um duplo efeito sobre a política e a democracia. Se, por um lado, ampliam a participação popular e o monitoramento dos representantes, por outro, favorecem a difusão de discursos populistas e a construção de inimigos comuns baseados em desinformação. Esse fenômeno exige acompanhamento rigoroso para proteger a democracia no contexto digital contemporâneo.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A sociedade se digitalizou, e o direito deve acompanhar essa transformação para proteger a democracia. Hoje, é impensável uma campanha eleitoral sem o uso das mídias sociais como principal canal de comunicação com o eleitorado. Além disso, os eleitores, sempre conectados, intensificam o engajamento político de seus representantes, tanto de forma positiva quanto negativa.

O impacto das mídias sociais no processo eleitoral brasileiro é inegável. O modelo tradi-

cional de campanhas baseadas em discursos de massa e entrevistas roteirizadas por âncoras jornalísticas já não se ajusta à dinâmica digital da política. No entanto, a fragilização da democracia não decorre das mídias sociais em si, mas de seu uso indevido.

Diante disso, a comunicação direta entre eleitores e representantes é um fenômeno crescente e consolidado. O desafio, portanto, não é impedir essa interação, mas garantir que o uso das mídias sociais por candidatos e eleitores esteja alinhado com o regime democrático e a proteção de direitos e garantias fundamentais.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, C. E. F. Os limites da democracia participativa na Constituição Federal de 1988 a partir da Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 244-9 do Rio de Janeiro. 2023. 170 f. : **Dissertação (Mestrado em Direito)** – Faculdade de Direito, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2023.

BACHINI, N.; OLIVEIRA, L.; CARÁ, F. A.. Onde está o povo? Comunicação digital e populismo nas eleições de 2018. **Tempo Social**, v. 35, n. 3, 2023. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/ts/article/view/210794>. Acesso em: 9 mar. 2025.

BAPTISTA, R.. **Redes sociais influenciam voto de 45% da população, indica pesquisa do DataSenado**. Agência Senado, 2019. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/12/12/redes-sociais-influenciam-voto-de-45-da-populacao-indica-pesquisa-do-data-senado> . Acesso em: 21 de ago. De 2024.

DOURADO, M.. A Disputa Eleitoral Através das Redes Sociais. **Rev. Justiça Eleitoral em Debate**, v. 14, n. 1, 2024. Disponível em: <https://revista.tre-rj.jus.br/rjed/article/view/190/185>.

Acesso em: 05 mar. 2025.

ITUASSU, A.. et al.. Mídias Digitais, Eleições e Democracia no Brasil: uma abordagem qualitativa para o estudo de percepções de profissionais de campanha. Dados, v. 66, n. 2, p. e20210063, 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/dados/a/TwCX5jx4C-48ZrNyRB9VSPtn/>. Acesso em: 06 mar. 2025.

O' DONNELL, G.. Accountability horizontal e novas poliarquias. Lua Nova: Revista de Cultura e Política, v. 44, n. 44, p. 27-54, 1998. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ln/a/jbXvTQR88Qg-gqcdWW6vXP8j/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 05 mar. 2025.