

ESCOLA SUPERIOR DO PARLAMENTO CEARENSE - UNIPACE

ELEIÇÕES NO SÉCULO XXI: Como as Mídias Sociais e as Tecnologias Digitais Transformam a Comunicação Política

Jhonata Moura de Paula

Dr. Manuel Bandeira dos Santos Neto

RESUMO

Este estudo analisou como tecnologias digitais e mídias sociais transformaram o processo eleitoral no século XXI, redefinindo práticas de comunicação política, formas de participação e dinâmicas de influência. Com base em pesquisa qualitativa e revisão bibliográfica, foram examinadas contribuições de autores clássicos e contemporâneos, como Castells, Habermas, Wolton, Chadwick, Marques, Tufekci e Zuboff, além de relatórios da UNESCO, OCDE, TSE, DataReportal e Freedom House. Os resultados mostram que a comunicação política deixou de seguir um modelo unidirecional, típico dos meios de massa, para assumir um formato híbrido, interativo e centrado em plataformas digitais. Redes sociais e aplicativos de mensagens tornaram-se arenas de disputa simbólica, onde circulam conteúdos altamente personalizados e emocionalmente orientados. Estratégias como microtargeting, viralização e atuação de influenciadores intensificam o engajamento, mas também ampliam riscos relacionados à desinformação, polarização e opacidade algorítmica. O estudo evidencia que a lógica das plataformas — baseada em métricas de engajamento — afeta diretamente a visibilidade das mensagens e, portanto, a qualidade do debate público. Narrativas sensacionalistas ganham vantagem, enquanto conteúdos complexos ou equilibrados têm menor alcance. Dessa forma, o ambiente digital cria oportunidades de participação política, mas também acentua desigualdades informacionais e fragiliza mecanismos democráticos. Conclui-se que as tecnologias digitais desempenham papel ambivalente: promovem democratização do acesso e do engajamento, mas introduzem vulnerabilidades que comprometem a integridade eleitoral e a formação da opinião pública. Essas transformações demandam novas formas de regulação, governança e educação midiática. Por fim, o estudo aponta que pesquisas futuras devem explorar temas emergentes, como inteligência artificial generativa, deepfakes e o aprimoramento da regulação dos ecossistemas digitais.

Palavras-chave: comunicação política; mídias sociais; eleições; democracia digital; tecnologia.

¹ Aluno do curso de MBA _____.

² Titulação do orientador(a) _____.

1 INTRODUÇÃO

A comunicação sempre desempenhou papel central nas eleições, mas, no século XXI, tecnologias digitais e mídias sociais transformaram profundamente campanhas, relações políticas e até a dinâmica democrática. Plataformas como *Facebook*, *X*, *Instagram*, *WhatsApp*, *YouTube* e *TikTok* tornaram-se espaços centrais de disputa, ampliando o acesso à informação e possibilitando segmentação e mobilização rápida. No entanto, no Brasil — onde mais de 78% da população usa redes sociais — esses ambientes também favorecem desinformação, manipulação algorítmica, polarização e ameaças à integridade eleitoral.

Assim, surge a questão central: de que forma as novas tecnologias e mídias sociais estão transformando as eleições e impactando a democracia representativa no século XXI?

A presente pesquisa parte da seguinte hipótese: o uso intensivo de mídias sociais nas campanhas eleitorais do século XXI altera significativamente o comportamento do eleitorado, favorecendo a personalização política, a polarização ideológica e a desinformação, ao mesmo tempo em que fragiliza mecanismos tradicionais de controle democrático e legitimação institucional. Tal proposição será investigada à luz de uma abordagem qualitativa, com base em revisão bibliográfica de autores da área de comunicação política, democracia digital e teoria crítica da mídia.

O objetivo geral do trabalho é analisar os impactos das novas tecnologias e das mídias sociais no processo eleitoral contemporâneo, com foco nos efeitos sobre a dinâmica democrática. Para atingir essa finalidade, os objetivos específicos são: (i) Compreender a evolução histórica da comunicação política e seu papel nos processos eleitorais; (ii) Identificar como as mídias sociais têm sido utilizadas por candidatos, partidos e

eleitores nas campanhas do século XXI; (iii) Analisar os efeitos da desinformação e da segmentação algorítmica no comportamento do eleitor; e , por fim, (iv) Refletir sobre os riscos e potencialidades das tecnologias digitais para a integridade do processo democrático.

A justificativa da pesquisa apoia-se em três dimensões: pessoal, científica e social. O interesse pessoal decorre da inquietação diante das rápidas transformações da comunicação e seus efeitos sobre a cidadania. No âmbito científico, a falta de estudos críticos, multidisciplinares e atualizados reforça a relevância acadêmica do tema. Socialmente, compreender o impacto da revolução digital na política é essencial para fortalecer a democracia, enfrentar a desinformação e orientar regulações éticas e eficazes para as novas práticas de comunicação eleitoral.

A metodologia adotada será de natureza qualitativa, com enfoque na revisão bibliográfica sistemática. Serão utilizados estudos nacionais e internacionais, relatórios de organizações como o TSE, a Freedom House, a UNESCO e institutos de pesquisa de opinião. A pesquisa terá caráter exploratório e descritivo, permitindo compreender os fenômenos à luz de referenciais teóricos clássicos e contemporâneos da comunicação política, como Manuel Castells, Dominique Wolton, Norberto Bobbio, entre outros.

Ainda que não se trate de uma pesquisa empírica, espera-se que os resultados ofereçam subsídios teóricos e críticos relevantes, demonstrando como o uso político das mídias sociais pode afetar a qualidade da deliberação pública, a transparência eleitoral e a formação da opinião política, indicando a necessidade de novas formas de regulação e educação midiática.

O artigo se organiza em quatro seções, além da introdução. A primeira apresenta o referencial teórico sobre comunicação política, mídias digitais e democracia. A segunda analisa os efeitos das redes sociais nas campanhas eleitorais. A terceira discute desinformação, fake news e

segmentação algorítmica e seus impactos no comportamento do eleitor. A última seção traz as considerações finais, retomando os achados e sugerindo pesquisas futuras. O estudo busca contribuir criticamente para o debate sobre como as tecnologias digitais remodelam as eleições e a democracia.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O referencial teórico reúne os fundamentos para compreender como as tecnologias digitais transformaram a comunicação política e as eleições no século XXI. A seção aborda a evolução da comunicação política, a sociedade em rede e a esfera pública digital, além das estratégias contemporâneas de engajamento, viralização e *microtargeting*. Discute também filtros bolha, câmaras de eco, polarização, desinformação e desafios regulatórios, oferecendo o arcabouço conceitual que sustenta a análise sobre os impactos das mídias sociais na dinâmica democrática atual.

2.1 COMUNICAÇÃO POLÍTICA E PROCESSOS ELEITORAIS NO SÉCULO XXI

A digitalização transformou a comunicação política, antes unidirecional e centrada em rádio e TV, em um processo interativo, descentralizado e marcado pela fragmentação das audiências (Blumler; Kavanagh, 1999; Wolton, 2004). Com a internet e as redes sociais, emerge um “sistema informacional híbrido”, no qual mídias tradicionais e digitais coexistem (Chadwick, 2013). O eleitor passa a produzir conteúdo, e as campanhas adotam formatos variados — como vídeos curtos, *lives* e memes — tornando a política mais personalizada e emocional (Marques, 2020). Nesse cenário, plataformas digitais se consolidam como arenas decisivas de disputa

simbólica e formação de percepções.

Pesquisas recentes mostram que as campanhas políticas passaram a operar em lógica permanente, indo além do período eleitoral. Kreiss e McGregor (2018) apontam que equipes utilizam dados, monitoramento contínuo e conteúdo segmentado para manter diálogo constante com diferentes públicos. Essa “campanha permanente” é sustentada pelas plataformas digitais, que fornecem infraestrutura e métricas detalhadas para otimizar estratégias comunicacionais ao longo de todo o ciclo político.

No Brasil, as eleições passaram a ser fortemente influenciadas pelas dinâmicas comunicacionais das redes sociais. Estudos mostram que plataformas como *Facebook*, *X* e *YouTube* tornaram-se arenas centrais de debate, mobilização e conflito político, remodelando as relações entre partidos, candidatos, mídia e eleitores (Gomes; Fernandes; Reis, 2017). Pesquisas mais recentes apontam que as campanhas adotam um modelo híbrido, combinando estratégias tradicionais — como o horário eleitoral gratuito — com ações digitais intensivas, incluindo publicidade segmentada, transmissões ao vivo e conteúdos virais (Marques; Mont’Alverne, 2021).

No contexto digital, as campanhas eleitorais tornam-se altamente profissionalizadas, com equipes especializadas em dados, *marketing* e métricas, o que transforma as disputas políticas e amplia desigualdades entre candidaturas (Baldwin-Philippi, 2019). Ao mesmo tempo, a atuação das plataformas — por meio de algoritmos e modelos de negócio — define a visibilidade dos conteúdos, gerando tensões entre princípios democráticos e interesses comerciais (Ananny; Gillespie, 2017).

Organismos internacionais destacam que a transformação da comunicação eleitoral pelas tecnologias digitais gera tanto oportunidades quanto riscos. A UNESCO (2023) aponta avanços como maior acesso à informação, fortalecimento de grupos marginalizados e mobilização ampliada, mas alerta para desinformação, discurso de ódio e ataques coordenados às

instituições. Assim, as eleições no século XXI são marcadas por tensões entre inovação tecnológica, participação cidadã e necessidade de regulação.

Por fim, a comunicação política no século XXI apresenta uma ambivalência: as tecnologias digitais ampliam a expressão e o engajamento, mas também aumentam desigualdades informacionais, fortalecem o poder das plataformas e criam opacidade e riscos de manipulação. Esse referencial teórico, ao reunir autores clássicos e contemporâneos, oferece base para compreender criticamente como tais transformações impactam as eleições e a democracia atual.

2.2 SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO, SOCIEDADE EM REDE E ESFERA PÚBLICA DIGITAL

A transformação digital das eleições decorre de mudanças estruturais da sociedade contemporânea, marcada pela lógica da “sociedade em rede” (Castells, 2017). Nela, fluxos de informação estruturam economia, cultura e política. A internet atua como infraestrutura central que organiza relações sociais, poder e participação no século XXI.

Segundo a OCDE (2019), a Sociedade da Informação é marcada pela centralidade do conhecimento e das tecnologias digitais, tornando inclusão digital e alfabetização midiática essenciais à cidadania. Contudo, desigualdades de renda, escolaridade e território persistem no ambiente digital, indicando que maior acesso à informação não implica participação igualitária.

A esfera pública, antes mediada por instituições tradicionais, transforma-se no ambiente digital em uma “esfera pública digital” mais rápida e plural (Habermas, 2006; Dahlgren, 2015). Contudo, ela se torna vulnerável à desinformação e ao controle algorítmico. Fuchs (2014) destaca que

plataformas priorizam conteúdos guiados por interesses comerciais, enquanto Zuboff (2019) mostra que o uso de dados pessoais para influenciar comportamentos ameaça princípios democráticos como transparência, pluralidade e igualdade informacional.

A comunicação em rede criou uma “esfera pública conectada”, com múltiplos espaços de debate e interação entre emissores e receptores (Jensen; Helles, 2021). Porém, a deliberação é condicionada por viralização, emoção e algoritmos. Nas eleições, essa esfera torna-se “hiperfragmentada”, marcada pela sobreposição de discursos, influenciadores e desinformação, formando subesferas desiguais cuja visibilidade depende de recursos e da capacidade de operar algoritmos (Gomes; Amaral, 2022).

Além disso, o debate atual sobre a Sociedade da Informação incorpora a noção de “plataformização” da esfera pública, conceito discutido por Helberger, van Drunen e Eskens (2021), que enfatizam que a mediação política passou a depender do *design* e das políticas internas de plataformas digitais. Esses autores afirmam que plataformas privadas adquiriram papel semelhante ao de instituições públicas, na medida em que regulam fluxos de informações, moderam conteúdos e influenciam o debate político sem controle democrático direto.

No campo eleitoral, a “plataformização” altera a influência política ao priorizar conteúdos baseados em engajamento e interesses comerciais, em um ambiente pouco transparente sobre critérios de recomendação e moderação. Como destaca Napoli (2019), a esfera pública digital passa a seguir “lógicas de audiência” que favorecem visibilidade e polarização, enfraquecendo o debate democrático racional.

A Sociedade da Informação amplia os espaços de circulação política, mas também impõe novos desafios à preservação da esfera pública democrática. A multiplicidade de ambientes digitais, a dependência de plataformas privadas e as assimetrias geradas por algoritmos tornam o

ecossistema comunicacional mais complexo e suscetível a interferências. Assim, compreender a esfera pública digital é essencial para analisar como as eleições do século XXI são moldadas e percebidas.

2.3 MÍDIAS SOCIAIS COMO ARENAS POLÍTICAS: ESTRATÉGIAS, ENGAJAMENTO E *MICROTARGETING*

O avanço das mídias sociais transformou as estratégias eleitorais, levando a política para ambientes de participação contínua, análise de tendências e disputa intensa por atenção em plataformas como *Facebook*, *Instagram*, *TikTok*, *YouTube*, *X* e *WhatsApp*. No Brasil, onde usuários passam em média 3h46 por dia nas redes, essas plataformas tornaram-se centrais para a formação de agendas, a visibilidade de candidatos e a disputa por narrativas eleitorais.

Plataformas digitais tornaram-se arenas políticas completas, combinando propaganda segmentada, interação direta, viralização e mobilização. As campanhas dependem de equipes especializadas em dados e conteúdo persuasivo, enquanto memes, vídeos curtos e emoções impulsionam o alcance. A personalização algorítmica e o *microtargeting* enviam mensagens distintas a diferentes grupos, gerando assimetrias informacionais e reduzindo a transparência do debate (Tufekci, 2015).

Pesquisas posteriores ampliaram esse debate. Ghosh e Scott (2019) afirmam que o *microtargeting* eleitoral opera em um “mercado opaco de dados”, no qual empresas podem coletar informações sem conhecimento explícito do usuário, criando riscos a direitos fundamentais. Bennett e Livingston (2018), ao discutirem o fenômeno da “desordem informacional”, reforçam que a personalização política intensifica polarizações e fragmenta experiências públicas, dificultando a construção de consensos democráticos mínimos.

No Brasil, campanhas eleitorais usam dados de engajamento para segmentar mensagens a públicos específicos e adotam impulsionamento pago, segmentação regional e análise preditiva, práticas que levantam preocupações sobre privacidade, veracidade e desigualdade entre candidaturas (Ribeiro *et al.*, 2020). Além disso, plataformas como *WhatsApp* exercem forte influência ao mobilizar eleitores e disseminar desinformação em ambientes fechados. Influenciadores digitais também ganharam destaque, atuando como mediadores entre política e cultura digital, especialmente entre jovens (Mont’Alverne; Marques, 2021).

As mídias sociais, como arenas políticas complexas, remodelam a estrutura das campanhas, a circulação das narrativas e a formação das opiniões. Embora ampliem repertórios comunicacionais e possibilitem personalização estratégica, também geram assimetrias de poder, dilemas éticos e vulnerabilidades que comprometem a integridade do processo eleitoral.

2.4 FILTRO BOLHA, CÂMARAS DE ECO E POLARIZAÇÃO POLÍTICA

A circulação de conteúdos nas plataformas digitais é fortemente moldada por sistemas de recomendação, que filtram e priorizam informações com base no comportamento prévio de cada usuário. O conceito de filtro bolha, formulado por Pariser (2011), descreve esse mecanismo de personalização no qual algoritmos reforçam interesses e crenças existentes, reduzindo a exposição a conteúdos divergentes. Esse processo tende a limitar a diversidade informacional e pode criar ambientes digitais altamente homogêneos.

Outro fenômeno associado é o das câmaras de eco, aprofundado por Sunstein (2018), no qual grupos ideológicos interagem majoritariamente entre si, reforçando convicções e identidades políticas. Em períodos eleitorais, as

câmaras de eco se intensificam, aumentando a probabilidade de conflitos simbólicos e da disseminação de conteúdos emocionalmente engajáveis.

Pesquisas recentes mostram que a polarização não pode ser explicada apenas pelos filtros bolha. Nyhan *et al.* (2023) demonstram que reduzir a exposição a conteúdo político não diminui a polarização, sugerindo que outros fatores estão em jogo. Cinelli *et al.* (2021) reforçam essa ideia ao revelar que plataformas baseadas em engajamento tendem a ser mais polarizadas do que as organizadas por comunidades, evidenciando que o design e as métricas algorítmicas influenciam significativamente a intensificação dos conflitos.

No contexto brasileiro, Recuero, Soares e Gruzd (2021) analisaram interações políticas no *Twitter* entre 2018 e 2020 e identificaram forte segregação ideológica, com baixa circulação de mensagens entre grupos opositores. Os autores demonstram que essa estrutura favorece a amplificação de boatos, ataques e discursos hostis, especialmente quando eventos políticos de alta relevância estão em curso.

Pesquisas mostram que conteúdos emocionais — especialmente os que despertam raiva e indignação — têm maior chance de viralizar, sendo amplificados pelos algoritmos e intensificando conflitos (Bakshy *et al.*, 2015). Além disso, revisões recentes indicam que a polarização online resulta de múltiplos fatores, como identidades partidárias fortes, ambientes sociais polarizados, desinformação coordenada e incentivos das plataformas. Assim, filtros bolha, câmaras de eco e polarização são fenômenos conectados, porém mais complexos do que explicações centradas apenas nos algoritmos sugerem (Brady *et al.*, 2021).

2.5 DESINFORMAÇÃO, FAKE NEWS E INTEGRIDADE ELEITORAL

A desinformação tornou-se um dos maiores desafios das democracias

atuais, sobretudo durante as eleições. De acordo com a UNESCO (2023), campanhas organizadas utilizam redes coordenadas, contas automatizadas, *deepfakes* e conteúdos manipulados para influenciar percepções políticas e enfraquecer a confiança nas instituições. Essas ações circulam por diversas plataformas — redes sociais, aplicativos de mensagens e *sites* pouco confiáveis — criando um ambiente informacional especialmente vulnerável.

Vale dizer que a desinformação se espalha ainda mais rapidamente em plataformas criptografadas, como *WhatsApp* e *Telegram*. Segundo a IFCN (2022), o caráter fechado dessas ferramentas, aliado ao encaminhamento rápido e à confiança entre membros, facilita a disseminação de conteúdos falsos. Estudos do ITS Rio (2020) mostram que, no Brasil, a privacidade e a descentralização dos grupos dificultam o monitoramento, favorecendo manipulações políticas e práticas de “coordenação inautêntica” durante as eleições.

No Brasil, a desinformação foi decisiva nas eleições de 2018 e 2022, marcada pela disseminação de conteúdos falsos que buscavam desacreditar as urnas, autoridades e a integridade do processo, conforme o TSE (2022). Estudos de Oliveira e Mitozo (2023) mostram que essas ações ocorreram de maneira organizada, com uso de boatos massivos e engajamento artificial, evidenciando estratégias planejadas para influenciar percepções e comportamentos políticos.

Estudos internacionais mostram que a desinformação eleitoral tornou-se parte das disputas geopolíticas, com atores estatais e privados explorando vulnerabilidades digitais para interferir em eleições estrangeiras por meio de perfis falsos, microsegmentação e narrativas polarizadoras, comprometendo a autonomia democrática (Alvarez *et al.*, 2020). As plataformas digitais intensificam esse fenômeno: notícias falsas se espalham mais rápido que as verdadeiras, sobretudo quando sensacionalistas (Allcott; Gentzkow, 2017), e seu impacto cresce em redes altamente conectadas e

homogêneas (Guess; Nyhan; Reifler, 2020).

Relatórios internacionais reforçam a gravidade do problema no Brasil: o *Digital News Report 2023* indica que 72% dos brasileiros temem a desinformação durante eleições, e a Freedom House (2022) classifica o país como altamente vulnerável à manipulação digital em disputas políticas.

Por fim, pesquisas recentes evidenciam que a desinformação compromete seriamente a democracia. Tucker *et al.* (2018) mostram que narrativas falsas minam a confiança pública, fragmentam o debate e podem legitimar práticas antidemocráticas. Wardle e Derakhshan (2017) destacam que a desinformação funciona como um ecossistema complexo, combinando diferentes tipos de conteúdos distorcidos para moldar percepções. Assim, compreender essas dinâmicas é essencial, pois trata-se de uma estratégia intencional de influência política e eleitoral.

2.6 DEMOCRACIA DIGITAL, PARTICIPAÇÃO POLÍTICA E DESAFIOS REGULATÓRIOS

A digitalização das eleições transformou profundamente as dinâmicas democráticas, ampliando formas de participação, diversificando atores e possibilitando novas mobilizações coletivas. Segundo Coleman (2020), a democracia digital fortalece a deliberação pública ao aproximar cidadãos e governantes, ampliar consultas e criar espaços plurais de diálogo. Nesse cenário, a internet aumenta a “agência cidadã” e incentiva a participação, especialmente entre jovens e grupos antes afastados das instâncias políticas tradicionais.

Entretanto a literatura destaca que a digitalização não resolve tensões estruturais das democracias. Bobbio (2007) lembra que igualdade política, transparência e acesso equitativo à informação podem ser comprometidos quando o debate público é mediado por plataformas privadas com sistemas

opacos de recomendação e moderação. A falta de *accountability* algorítmica gera assimetrias entre usuários, produtores de conteúdo e plataformas, criando riscos à integridade democrática.

A regulação do ambiente digital tornou-se tema global. Em 2022, a União Europeia aprovou o *Digital Services Act* (DSA) e o *Digital Markets Act* (DMA), que estabelecem regras de transparência algorítmica, moderação, auditorias e controle de práticas anticompetitivas, buscando reequilibrar o poder das plataformas e proteger usuários. Organismos como a UNESCO (2023) também orientam esse debate, defendendo governança baseada em direitos humanos, transparência, moderação proporcional e proteção contra vigilância, para promover liberdade de expressão, combater desinformação e assegurar diversidade informacional.

Diversos países têm adotado legislações para limitar o uso de dados, regular publicidade política e auditar algoritmos, refletindo a urgência em conter abusos e interferências digitais, conforme aponta a Freedom House (2023). No Brasil, o PL 2.630/2020 e normas do TSE buscam aumentar a transparência e responsabilizar plataformas diante da desinformação. Essas medidas evidenciam tensões entre democracia e tecnologias digitais, já que, apesar de ampliarem a participação, as plataformas também geram riscos como vigilância e manipulação. O desafio central é equilibrar liberdade de expressão, regulação e proteção da integridade eleitoral.

Assim, o campo da democracia digital se configura como um espaço em constante reconstrução, onde sociedade civil, Estado, instituições democráticas e empresas transnacionais disputam os rumos da esfera pública conectada. A complexidade desse cenário exige regulação robusta, políticas de educação midiática, transparência institucional e mecanismos que assegurem que a tecnologia amplifique — e não fragilize — os fundamentos democráticos.

3 METODOLOGIA

A pesquisa utiliza metodologia qualitativa e descritiva baseada em revisão bibliográfica, conforme Marconi, Lakatos (2005), Gil (2008) e Boaventura (2014), buscando interpretar fenômenos da comunicação política digital sem manipular variáveis. A revisão permite mapear debates, integrar perspectivas teóricas e compreender práticas sociais. Foram analisados livros, artigos e relatórios de autores como Castells, Habermas, Wolton, Tufekci e Zuboff, além de documentos de instituições como UNESCO, OCDE e Freedom House. As obras, coletadas em bases acadêmicas entre 2010 e 2024, foram selecionadas por relevância e qualidade metodológica, e examinadas em etapas exploratória e analítica.

A análise dos dados foi conduzida de forma qualitativa, comparando diferentes perspectivas teóricas, identificando convergências e divergências entre autores e interpretando criticamente as dinâmicas da comunicação política digital. Esse processo permitiu articular teoria e realidade sociopolítica, oferecendo uma compreensão aprofundada das transformações eleitorais em sociedades conectadas.

Reconhece-se que a revisão bibliográfica tem limitações por não incluir dados empíricos diretos, mas, para o objetivo de analisar criticamente as mudanças na comunicação política digital, o método mostrou-se adequado e capaz de fornecer uma visão ampla e atualizada do tema.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise mostra que as transformações tecnológicas e a centralidade das mídias sociais remodelaram profundamente o processo eleitoral no século XXI. A revisão bibliográfica evidencia que a comunicação política digital possui dinâmicas próprias, distintas das campanhas tradicionais,

afetando tanto a circulação das informações quanto a forma como eleitores percebem candidatos, temas e instituições democráticas.

Castells (2017) e Chadwick (2013) apontam que a sociedade atual é estruturada pela lógica em rede, em que fluxos digitais moldam práticas sociais e a interação política. Nesse contexto, o eleitor torna-se produtor e difusor de conteúdos, contribuindo para a descentralização da esfera pública. Essa abertura amplia narrativas e atores, mas também gera desafios à integridade informacional, especialmente diante de influenciadores, campanhas segmentadas e estratégias de *microtargeting*.

A análise revela que mídias sociais como *Instagram*, *TikTok*, *YouTube* e *WhatsApp* se tornaram arenas políticas dinâmicas, onde conteúdos visuais e emocionais circulam rapidamente, transformando a comunicação eleitoral em uma disputa por atenção (Highfield; Leaver, 2016). Esse ambiente favorece mensagens rápidas, personalizadas e emotivas. Além disso, algoritmos criam “filtros bolha” e câmaras de eco (Pariser, 2011; Cinelli *et al.*, 2021), expondo usuários a conteúdos que reforçam suas crenças e ampliando conflitos e polarização.

No caso brasileiro, a análise aponta que a presença de aplicativos de mensagens criptografadas, como *WhatsApp* e *Telegram*, exerce impacto significativo no curso das eleições. Estudos como os de Arnaudo (2017) e Recuero, Soares e Gruzd (2021) demonstram que essas plataformas funcionam como ecossistemas fechados nos quais a desinformação circula com grande velocidade, dificultando processos de checagem e moderação. A atuação de grupos organizados, estratégias de manipulação e campanhas coordenadas reforçam a percepção de que o ambiente digital ampliou as vulnerabilidades informacionais durante as disputas eleitorais.

As evidências mostram que o *microtargeting* tem forte impacto nas campanhas atuais, pois o uso intensivo de dados pessoais permite direcionar mensagens específicas a públicos segmentados, muitas vezes de forma

opaca, o que compromete a igualdade informacional e dificulta o controle democrático (Tufekci, 2015; Ghosh; Scott, 2019).

Esse processo reforça crenças individuais e fragmenta o debate público. Além disso, a crescente plataformização da esfera pública faz com que plataformas atuem como verdadeiras instituições, decidindo o que é visível e moderado, o que gera tensões entre liberdade de expressão, transparência e responsabilização, criando desafios para a integridade eleitoral e o combate à desinformação (Helberger; van Drunen; Eskens, 2021).

As transformações digitais intensificaram o debate regulatório, levando à criação de instrumentos como o *Digital Services Act* e o *Digital Markets Act* na União Europeia e o PL 2.630/2020 no Brasil, além das diretrizes da UNESCO que defendem transparência e governança baseada em direitos humanos. Persistem, porém, desafios técnicos, jurídicos e éticos. A análise evidencia uma dualidade: as tecnologias ampliam participação e pluralidade, mas também aumentam vulnerabilidades, favorecem desinformação e aprofundam desigualdades, exigindo educação midiática e regulações eficazes para proteger a integridade democrática.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo evidenciou que tecnologias digitais e mídias sociais remodelaram o processo eleitoral, redefinindo a comunicação política, ampliando o uso de estratégias segmentadas e reforçando o papel de algoritmos e influenciadores. A revisão bibliográfica destacou fenômenos como desinformação, polarização e profissionalização das campanhas. Apesar de ampliar a participação, o ambiente digital também gera vulnerabilidades que afetam a integridade democrática, uma vez que as plataformas influenciam a visibilidade das mensagens e aprofundam

desigualdades no acesso a dados, tecnologia e segmentação.

Os resultados confirmam as hipóteses do estudo ao demonstrar que as tecnologias digitais influenciam fortemente o comportamento dos eleitores e a construção de narrativas políticas. Estratégias como comunicação segmentada, conteúdos virais e interações mediadas por algoritmos alteram a dinâmica das campanhas e afetam a percepção dos indivíduos sobre candidatos, temas e instituições. Dessa forma, as hipóteses iniciais são plenamente sustentadas pela análise realizada.

A pesquisa apresenta limitações por basear-se apenas em revisão bibliográfica e por tratar de um campo em rápida evolução, o que restringe a generalização dos resultados. Ainda assim, oferece uma análise consistente sobre as interações entre mídia, tecnologia e política. O estudo também indica caminhos para investigações futuras, como o comportamento eleitoral em plataformas específicas, o impacto de vídeos curtos, o papel de influenciadores, o uso de inteligência artificial e a eficácia de regulações digitais, contribuindo para o debate sobre os desafios da comunicação política em um contexto cada vez mais tecnologizado.

6 REFERÊNCIAS

ALVAREZ, R. Michael et al. Computational Social Science in the Age of Big Data. Cambridge: Cambridge University Press, 2020.

ANANNY, Mike; GILLESPIE, Tarleton. Public Platforms and the Public Sphere. Media, Culture & Society, v. 39, n. 7, p. 949-967, 2017.

ARNAUDO, Dan. Computational Propaganda in Brazil: Social Bots during Elections. Oxford: Oxford Internet Institute, 2017.

BALDWIN-PHILIPPI, Meghan. Data and Democracy: How Political Campaigns Use Technology. Oxford: Oxford University Press, 2019.

BAKSHY, Eytan et al. Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. Science, v. 348, n. 6239, p. 1130-1132, 2015.

BENNETT, W. Lance; LIVINGSTON, Steven. The Disinformation Order. European Journal of Communication, v. 33, n. 2, p. 122-139, 2018.

BOAVENTURA, E. A. Metodologia Científica: Teoria e Prática. São Paulo: Atlas, 2014.

BOBBIO, Norberto. O futuro da democracia. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

BRADY, William et al. Emotion shapes the diffusion of moralized content in social networks. PNAS, v. 114, n. 28, p. 7313-7318, 2017.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2017.

CHADWICK, Andrew. The Hybrid Media System: Politics and Power. New York: Oxford University Press, 2013.

CINELLI, Matteo et al. The Echo Chamber Effect on Social Media. PNAS, v. 118, n. 9, 2021.

COLEMAN, Stephen. Can the Internet Strengthen Democracy?. Cambridge: Polity Press, 2020.

DIGITAL 2024: Global Overview Report. We Are Social & Meltwater. Disponível em: <https://wearesocial.com/reports/digital-2024-global-overview-report>. Acesso em: 30 jul. 2025.

DAHLGREN, Peter. The Internet, Public Spheres, and Political Communication. New York: Palgrave Macmillan, 2015.

DATAREPORTAL. Digital 2024: Global Overview Report. We Are Social; Meltwater, 2024. Disponível em: <https://datareportal.com>. Acesso em 16 de nov. 2025.

FREEDOM HOUSE. Freedom on the Net 2023: The Repressive Power of Artificial Intelligence. Disponível em: <https://freedomhouse.org>. Acesso em: 30 jul. 2025.

FUCHS, Christian. Social Media: A Critical Introduction. London: Sage, 2014.

GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GHOSH, Dipayan; SCOTT, Ben. Digital Deceit II: A Policy Agenda. Harvard Kennedy School, 2019.

GOMES, Wilson; FERNANDES, Breno; REIS, Lucas. A disputa política nas redes sociais. Revista Brasileira de Ciência Política, 2017.

GOMES, Wilson; AMARAL, Márcio. Esfera pública digital e hiper fragmentação. RBCP, 2022.

HABERMAS, Jürgen. A inclusão do outro. São Paulo: Loyola, 2006.

HELBERGER, Natali; VAN DRUNEN, Michelle; ESKENS, Sarah. Regulating Online Platforms through User Rights. Internet Policy Review, 2021.

KELLER, Tobias; KLINGER, Ulrike. Social Media Influencers in Politics. International Journal of Communication, 2021.

KLINGER, Ulrike; SVENSSON, Jakob. The Internet and Democracy. Routledge, 2018.

KREISS, Daniel. Prototype Politics. Oxford: Oxford University Press, 2016.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de metodologia científica. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

MARE, Amana et al. The Dynamics of Political Polarization Online. Annual Review of Political Science, 2023.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil. Comunicação Política em Tempos de Plataformas Digitais. Curitiba: Editora UFPR, 2020.

MARQUES, Francisco; MONT'ALVERNE, Camilo. Campanhas digitais no Brasil. Opinião Pública, 2021. MARQUES, Francisco; SAMPAIO, Rafael. Influenciadores e política. Compólitica, 2022.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. Fundamentos de Metodologia Científica. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

NAPOLI, Philip. Social Media and the Public Interest: Media Regulation in the Disinformation Age. New York: Columbia University Press, 2019.

- NYHAN, Brendan et al. Like-minded Sources on Facebook. Science, 2023.
- OCDE. OECD Digital Economy Outlook 2019. Paris: OECD Publishing, 2019.
- OLIVEIRA, Thiago; MITOZO, Igor. Redes de desinformação nas eleições brasileiras. Comunicação & Sociedade, 2023.
- PARISER, Eli. The Filter Bubble. New York: Penguin Press, 2011.
- PUSCHMANN, Cornelius. Social Media, Messaging Apps and Political Communication. Social Media + Society, 2022.
- RECUERO, Raquel; SOARES, Felipe; GRUZD, Anatoliy. Polarization and Network Clusters in Brazil. Information, Communication & Society, 2021.
- RIBEIRO, Manoel et al. Political Microtargeting in Brazil. Dados, 2020.
- SAMPAIO, Rafael; BRAGATTO, Rachel; NICOLÁS, Henrique. Plataformas e manipulação política. E-Compós, 2021.
- SUNSTEIN, Cass. #Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media. Princeton: Princeton University Press, 2018. TSE – Tribunal Superior Eleitoral. Relatórios e boletins eleitorais. Brasília: TSE, 2022.
- TUFEKCI, Zeynep. Algorithmic Harms Beyond Facebook and Google. Colorado Technology Law Journal, 2015.
- TUCKER, Joshua et al. Social Media, Political Polarization, and Democracy. SSRN Report, 2018.
- UNESCO. A Regulação das Plataformas Digitais: Um Relatório Global. Paris: UNESCO, 2023. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org>. Acesso em: 30 jul. 2025.
- WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. Information Disorder. Council of Europe Report, 2017.
- WOLTON, Dominique. É preciso salvar a comunicação. São Paulo: Paulus, 2004.
- ZUBOFF, Shoshana. The Age of Surveillance Capitalism. New York: Public Affairs, 2019.