

A POSSIBILIDADE DE REMOÇÃO DE CONTEÚDOS DESINFORMATIVOS PELAS PLATAFORMAS DIGITAIS SEM PRÉVIA INTERVENÇÃO JUDICIAL

THE POSSIBILITY OF REMOVING DISINFORMATION CONTENT BY DIGITAL PLATFORMS WITHOUT PRIOR JUDICIAL INTERVENTION

Gleyciara de Moura Borges¹

RESUMO: O presente artigo tem por objetivo analisar a possibilidade jurídica de remoção de conteúdos desinformativos pelas plataformas digitais sem prévia decisão judicial, especialmente no contexto do processo eleitoral brasileiro. Os resultados demonstram que, embora a Justiça Eleitoral disponha de instrumentos céleres para o enfrentamento da desinformação, a dinâmica acelerada das redes sociais limita a efetividade exclusiva da resposta jurisdicional, evidenciando a necessidade de mecanismos complementares de atuação imediata. Conclui-se que a atuação direta das plataformas digitais, quando pautada em critérios objetivos, transparência, proporcionalidade e possibilidade de controle posterior, revela-se juridicamente plausível e compatível com os princípios constitucionais, contribuindo para a proteção da legitimidade, da normalidade e da integridade do pleito eleitoral.

Palavras-chave: Desinformação. Redes sociais. Processo eleitoral. Plataformas digitais.

ABSTRACT: This article aims to analyze the legal possibility of removing disinformation content by digital platforms without prior judicial intervention, particularly within the context of the Brazilian electoral process. The results indicate that, although the Electoral Justice system provides swift mechanisms to address disinformation, the accelerated dynamics of social media limit the effectiveness of an exclusively judicial response, highlighting the need for complementary and immediate measures. It is concluded that the direct action of digital platforms, when guided by objective criteria, transparency, proportionality, and the possibility of subsequent review, is legally plausible and consistent with constitutional principles, contributing to the protection of the legitimacy, regularity, and integrity of the electoral process.

Keywords: Disinformation. Social media. Electoral process. Digital platforms.

¹Graduada em Direito pela Universidade Federal do Piauí (UFPI). Advogada. E-mail: gleyciaramoura@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

Nas eleições municipais de 2024, o Estado do Piauí registrou o total de 2.698.764² (dois milhões seiscentos e noventa e oito mil setecentos e sessenta e quatro) eleitores aptos a votar, distribuídos nos seus 224 (duzentos e vinte e quatro) municípios. Apesar do considerável número de eleitores, aproximadamente 175 (cento e setenta e cinco) municípios piauienses possuem menos de 10 (dez) mil eleitores, sendo o município de Miguel Leão o menor colégio eleitoral piauiense, possuindo 1.921 (mil novecentos e vinte e um) eleitores distribuídos nos seus 93,412 km de extensão territorial (IBGE, 2022).

O delinear desse cenário numérico demonstra que o eleitorado piauiense, quando considerado em relação à extensão territorial, encontra-se significativamente disperso, o que impõe aos candidatos desafios ainda mais expressivos para a realização das suas campanhas eleitorais dentro do exíguo prazo legal de 45 (quarenta e cinco) dias previsto para a propaganda eleitoral. Em regiões nas quais o número de eleitores é reduzido, mas distribuído por vastas áreas geográficas, como ocorre na maioria dos municípios piauienses, os métodos tradicionais de campanha, historicamente baseados em visitas presenciais, pequenos comícios e deslocamentos constantes, mostram-se insuficientes ou logisticamente inviáveis para uma comunicação política eficaz.

Historicamente, o horário de propaganda eleitoral gratuito, instituído no ano de 1962 por meio da Lei n.º 4.115, consolidou-se como importante meio de propaganda política no Brasil, particularmente à televisão, o grande meio de comunicação de massas no final do século XX, revolucionando o modo de fazer campanha eleitoral que dependia majoritariamente de estratégias presenciais, nos palanques, do convencimento corpo a corpo e panfletagem (GOMES, 2025).

Na contemporaneidade, com as constantes transformações tecnológicas e com a massificação da internet banda larga³, ocorreu uma transformação estrutural no modo como candidatos e eleitores passaram a interagir. O advento das redes sociais, inicialmente com *Orkut* e, mais recentemente, com plataformas como *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp*, *X* (antigo

² TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (Brasil). SIG Eleição – Eleitorado. Disponível em: <https://sig.tse.jus.br/ords/dwapr/r/seai/sig-eleicao-eleitorado/home?session=308696659846172> . Acesso em: 11 dez. 2025.

³ Segundo o Ministério das Comunicações, atualmente, 93% dos domicílios brasileiros já possuem acesso à banda larga fixa. MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES (Brasil). “93% dos domicílios brasileiros contam com banda larga fixa no país”, afirma Ministério das Comunicações. 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/mcom/pt-br/noticias/2025/abril/201c93-dos-domicilios-brasileiros-contam-com-banda-larga-fixa-no-pais201d-afirma-ministerio-das-comunicacoes> . Acesso em: 11 dez. 2025.

Twitter) e TikTok, representou verdadeiro marco na comunicação política, alterando a velocidade da transmissão das mensagens e ampliando o alcance.

O uso intensivo do ambiente digital como ferramenta estratégica de campanha não surgiu de forma abrupta, mas resultou de um processo evolutivo observado inicialmente em disputas internacionais, como nas eleições presidenciais de 2008 nos Estados Unidos. Nesse pleito, Barack Obama inaugurou um modelo de comunicação política inovador ao integrar diversas plataformas do ambiente digital de forma articulada e em múltiplos níveis. Com isso, ampliou não apenas seu alcance para conquistar votos, mas também sua capacidade de conduzir e mobilizar o debate eleitoral em torno de sua própria candidatura, conforme destaca Wilson Gomes (Gomes et al, 2009).

No Brasil, um marco dessa virada comunicacional ocorreu nas eleições de 2018, quando a candidatura de Jair Bolsonaro utilizou a lógica das redes sociais como eixo central da estratégia eleitoral. Com apenas 08 segundos⁴ na propaganda eleitoral gratuita no rádio e TV, Jair Bolsonaro conseguiu compensar essa limitação por meio de uma presença digital intensa e altamente segmentada. As plataformas digitais, especialmente *Facebook*, *Instagram*, *X* (antigo *Twitter*), foram utilizadas para difundir mensagens, construir narrativas políticas, mobilizar apoiadores e criar um fluxo constante de comunicação direta com o eleitorado, considerado o parlamentar brasileiro mais influente nas redes sociais, segundo uma pesquisa do FSB Influência Congresso de 2017, contando com 4,9 milhões de seguidores no Facebook e 834 mil seguidores no *X* (antigo *Twitter*)⁵, naquele ano.

A estratégia digital adotada se mostrou suficientemente robusta para não apenas suprir a carência de exposição televisiva, mas também para moldar a agenda pública e estabelecer um canal de engajamento permanente com milhões de eleitores, permitindo que a campanha de Jair Bolsonaro se consolidasse como vitoriosa mesmo diante das limitações estruturais impostas pelos formatos tradicionais de propaganda, rendendo-o título de *outsider*⁶ (Furtado, 2019).

Se por um lado, a centralidade assumida pelas redes sociais no processo eleitoral, ampliou o acesso à informação e fortaleceu a comunicação direta entre candidatos e eleitores,

⁴ TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (Brasil). Resolução nº 23.590, de 28 de agosto de 2018. Dispõe sobre o plano de mídia do horário eleitoral gratuito relativo ao cargo de Presidente da República nas eleições de 2018. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2018/resolucao-no-23-590-de-28-de-agosto-de-2018>. Acesso em: 11 dez. 2025.

⁵ TEIXEIRENSE, F. TORKASKI, M. *Bolsonaro lidera ranking de influência nas redes, mas no conjunto o predomínio é do PT. FSB Comunicação*, 2018. Disponível em: < Bolsonaro lidera ranking de influência nas redes, mas no conjunto o predomínio é do PT - FSB Comunicação >. Acesso em: 13 dez. 2025.

⁶ FURTADO, Antônio Leonardo Fernandes. *Presidente livre e independente: a construção de Jair Bolsonaro como político outsider no horário eleitoral* (2018). 2019. 168f. Monografia (Graduação em Comunicação Social-Publicidade e Propaganda) – Instituto de Cultura e Arte, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2019.

por outro lado, intensificou a circulação de conteúdos inverídicos, fenômeno amplamente identificado pela literatura como desinformação. A lógica algorítmica das plataformas digitais, aliada ao imediatismo da comunicação em tempo real e à possibilidade de compartilhamento em larga escala, potencializa a rápida disseminação de notícias inverídicas, muitas vezes em questão de minutos, alcançando um número expressivo de eleitores antes que qualquer mecanismo institucional de controle possa ser acionado.

No contexto eleitoral, essa dinâmica revela-se particularmente sensível, uma vez que a decisão do voto também é influenciada pelas plataformas digitais (MARINHO, 2018)⁷. Em cenários de disputas acirradas, sobretudo em municípios de pequeno porte e com reduzido contingente eleitoral, a propagação de uma única informação falsa, se suficientemente difundida, possui potencial concreto para desequilibrar o pleito e interferir diretamente no resultado das eleições. A desinformação, nesse sentido, não apenas compromete a liberdade de escolha do eleitor, mas fragiliza a própria legitimidade do processo democrático.

Embora a Justiça Eleitoral brasileira seja reconhecida por sua atuação célere e especializada, a resposta jurisdicional, em regra, depende de provocação formal e da observância do devido processo legal. Nesse intervalo temporal, ainda que breve, o conteúdo desinformativo pode já ter alcançado milhares de visualizações, compartilhamentos e interações, tornando inócuo, sob a perspectiva prática, o posterior cumprimento de uma decisão judicial de remoção. O dano informacional, uma vez produzido, revela-se de difícil ou até impossível reversão.

Diante desse cenário, emerge o problema central que orienta o presente estudo, qual seja, a possibilidade de as plataformas digitais, que exercem relevante poder na mediação do debate público, removerem conteúdos manifestamente desinformativos sem a prévia intervenção do Poder Judiciário. A discussão envolve a necessidade de respostas rápidas e eficazes frente à velocidade da circulação de informações no ambiente digital.

A metodologia adotada consiste em pesquisa qualitativa, de natureza bibliográfica, documental e normativa, com análise da legislação eleitoral, resoluções do Tribunal Superior Eleitoral, experiências nacionais e internacionais relacionadas à moderação de conteúdos digitais, além da leitura exploratória da literatura (Quivy et al, 1992).

A análise dessa possibilidade, torna-se essencial para compreender os limites da atuação proativa das chamadas *big techs* na preservação da normalidade e da legitimidade das eleições.

⁷ MARINHO, Ricardo. **Marketing Político Digital**: Na era das redes sociais. MK Editora, 2018. Disponível em: <<https://tinyurl.com/y4u95fq8>>. Acesso em 13 dez. 2025.

2 REDES SOCIAIS, DESINFORMAÇÃO E A TUTELA DO PROCESSO ELEITORAL NO AMBIENTE DIGITAL

No Brasil, as redes sociais assumiram papel central na dinâmica contemporânea das campanhas eleitorais, transformando significativamente os processos de comunicação política e de formação da vontade do eleitor. Ao possibilitarem a difusão instantânea de informações, a segmentação de públicos e a interação direta entre candidatos e eleitores, essas plataformas passaram a influenciar não apenas o acesso à informação política, mas também a maneira como narrativas são construídas, percebidas e internalizadas pelo eleitorado.

A capacidade das plataformas digitais de alcançar eleitores de forma rápida e com baixo custo mostrou-se especialmente relevante em cenários de restrição temporal da campanha eleitoral, de limitação do tempo de propaganda nos meios tradicionais e da dispersão territorial do eleitorado. Além do mais, cabe ressaltar a dificuldade que era enfrentada pelos candidatos de cidades pequenas, na qual os únicos meios de campanha eram o corpo a corpo, o palanque e a panfletagem, tendo em vista que na maioria dos municípios não se tinha rádio ou televisão para a implementação e transmissão do horário de propaganda eleitoral gratuito. Cita-se, por exemplo, o Estado do Piauí que, nas eleições municipais de 2024, em apenas 03 cidades⁸ houve transmissão da propaganda eleitoral gratuita na TV, sendo elas a capital Teresina, Parnaíba e Floriano, o que demonstra que o uso das plataformas digitais é o meio para driblar as dificuldades impostas pelos meios tradicionais de se fazer propaganda eleitoral.

Assim, as redes sociais consolidaram-se como instrumentos indispensáveis para a competitividade eleitoral, ao mesmo tempo, em que passaram a desempenhar papel determinante na definição das agendas públicas e na formação da opinião política.

Enquanto para os candidatos as plataformas digitais tornaram-se uma opção viável para maximizar a campanha política, para os eleitores, as plataformas digitais compõem um meio para a formação da convicção política e determinante para a decisão do voto. Segundo pesquisa realizada em 2019 pelo DataSenado⁹, entre os participantes da pesquisa, 45% afirmaram ter decidido voto em período de eleições levando em consideração informações vistas em rede social, o que desloca parte significativa da capacidade de pautar o debate público para plataformas digitais.

⁸ CIDADEVERDE. Horário eleitoral inicia nesta sexta-feira (30); apenas três municípios terão propaganda na TV. Cidade Verde, 30 ago. 2024. Disponível em: <https://cidadeverde.com/eleicoes2024/127442/horario-eleitoral-inicia-nesta-sexta-feira-30-apenas-tres-municipios-terao-propaganda-na-tv> . Acesso em: 14 dez. 2025.

⁹ INSTITUTO DE PESQUISA DATASENADO. Redes Sociais, Notícias Falsas e Privacidade de Dados na Internet. Brasília: DataSenando, 2019.

Contudo, com a crescente digitalização das campanhas eleitorais, surgiram novos desafios para a manutenção da integridade do processo eleitoral, como a disseminação de desinformação, estabelecendo a necessidade de regulamentação do uso da internet na propaganda eleitoral, uma vez que:

no meio digital os partidos e políticos ganharam uma visibilidade ainda maior que nos meios de comunicação tradicionais, e atos que possam configurar como desvios de conduta e falta de transparência na sua atuação, principalmente durante as campanhas eleitorais, podem prejudicar o exercício dos direitos políticos constitucionais, podendo ocasionar danos ao processo democrático (Carvalho, 2024).

Não se olvida que a mentira sempre fez parte da política, tanto é que a filósofa Hannah Arendt, no seu texto *Verdade e Política*, afirma que: “até hoje ninguém, que eu saiba, incluiu entre as virtudes políticas a sinceridade. Sempre se consideraram as mentiras como ferramentas necessárias e justificáveis ao ofício não só do político ou do demagogo, como também do estadista” (Arendt, 2016). Nesse meandro, estabelecer a definição do termo desinformação não é tarefa fácil e tem sido objeto de estudo pela literatura. Os autores, Alvim, Zilio e Carvalho (2023), na tentativa de descrever o que se considera conteúdo desinformativo, abalizaram que:

a desinformação designa toda ação comunicativa destinada a substituir, deturpar, impossibilitar ou dificultar o acesso à realidade em torno de um determinado evento, entidade, ator ou questão socialmente relevante, com o efeito mediato de estimular, em um público amplo, alguma sorte de reação repulsiva, como medo, ódio, agressividade, desconfiança ou indignação (Alvim et al, 2023).

Por sua vez, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) por meio do Programa Permanente de Enfrentamento à Desinformação (PPED), instituído pela Portaria - TSE n.º 510/2021, estabeleceu o seguinte conceito, na qual nomeou como “potencial desinformação”:

Nesse sentido, será considerada “potencial desinformação”, para fins do Programa, qualquer informação ou conteúdo – independentemente do formato, meio de apresentação ou canal de veiculação, seja em texto, áudio, vídeo, notícia ou publicação em rede social – identificado como falso, equivocado, enganoso, impreciso, manipulado, fabricado, fraudulento, ilícito ou odioso. Desse modo, a caracterização de um conteúdo como desinformativo independe da intencionalidade do agente (abarcando tanto a noção de *disinformation* como a de *misinformation*). Também se consideram abarcadas pelo conceito de desinformação as informações fora de contexto, manipuladas, editadas maliciosamente, com falseamento de fonte ou apresentadas de forma sensacionalista, ou, ainda, instrumentalizadas para fins ilegítimos (compreendendo a noção de *malinformation*, ilustrada pelo caso de

divulgação maliciosa de incidentes cibernéticos contra sistemas *online* de organismos eleitorais) (TSE, 2022).

No entanto, ressalta-se que o objeto do PPED tem foco na desinformação contra o processo eleitoral, a integridade, a credibilidade e a legitimidade do processo eleitoral, não sendo aplicável aos conteúdos desinformativos, em face de pré-candidatos, candidatos, coligações, federações e partidos políticos.

A Ministra do Tribunal Superior Eleitoral, Maria Claudia Buchianeri, entende que “para que o conteúdo possa ser qualificado como propaganda eleitoral desinformativa, imprescindível a demonstração de que envolve fato “sabidamente inverídico” ou “gravemente descontextualizado”¹⁰ (TSE, 2022), além de que:

a desinformação não se limita à difusão de mentiras propriamente ditas, compreendendo, por igual, o compartilhamento de conteúdos com elementos verdadeiros, porém gravemente descontextualizados, editados ou manipulados, com o especial intento de desvirtuamento da mensagem difundida, com a indução dos seus destinatários a erro (TSE, 2022).

No âmbito normativo, a Resolução do TSE n.º 23.610/2019, com as alterações introduzidas pela Resolução n.º 23.671/2021 e pela Resolução n.º 23.732/2024, regulamenta a propaganda eleitoral, trouxe uma seção exclusiva para tratar sobre a desinformação na propaganda eleitoral, com destaques aos art. 9º e art. 9º-C que buscam definir a propaganda desinformativa:

Art. 9º A utilização, na propaganda eleitoral, de qualquer modalidade de conteúdo, inclusive veiculado por terceiras(os), pressupõe que a candidata, o candidato, o partido, a federação ou a coligação tenha verificado a presença de elementos que permitam concluir, com razoável segurança, pela fidedignidade da informação, sujeitando-se as pessoas responsáveis ao disposto no art. 58 da Lei nº 9.504/1997, sem prejuízo de eventual responsabilidade penal. (Redação dada pela Resolução nº 23.671/2021)
(...)

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. (Incluído pela Resolução nº 23.732/2024)

¹⁰ BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Recurso Na Representação 060092739/DF, Relator(a) Min. Maria Claudia Buchianeri, Acórdão de 19/12/2022, publicado no(a) Publicado em Sessão 675, data 19/12/2022.

A desinformação, pelo exposto acima, pode ser sintetizada como a divulgação de fatos sabidamente inverídicos - tido como a mensagem que contém “inverdade flagrante que não apresente controvérsias”¹¹ (Zílio, 2012) - ou descontextualizados que tenham o potencial de desequilibrar o pleito eleitoral ou à integridade do processo eleitoral.

É importante destacar que após as eleições de 2018, com o crescente uso das plataformas digitais como meio de propaganda política, bem como o crescente fenômeno da desinformação, teve como reflexo legislativo a alteração na redação do art. 323 do Código Eleitoral, introduzida pela Lei n.º 14.192/2021, em que criminaliza a divulgação de desinformação:

Art. 323. Divulgar, na propaganda eleitoral ou durante período de campanha eleitoral, fatos que sabe inverídicos em relação a partidos ou a candidatos e capazes de exercer influência perante o eleitorado: (Redação dada pela Lei nº 14.192, de 2021)

Pena - detenção de dois meses a um ano, ou pagamento de 120 a 150 dias-multa.

Parágrafo único. Revogado. (Redação dada pela Lei nº 14.192, de 2021)

§ 1º Nas mesmas penas incorre quem produz, oferece ou vende vídeo com conteúdo inverídico acerca de partidos ou candidatos. (Incluído pela Lei nº 14.192, de 2021)

§ 2º Aumenta-se a pena de 1/3 (um terço) até metade se o crime: (Incluído pela Lei nº 14.192, de 2021)

I - é cometido por meio da imprensa, rádio ou televisão, ou por meio da internet ou de rede social, ou é transmitido em tempo real; (Incluído pela Lei nº 14.192, de 2021)

II - envolve menosprezo ou discriminação à condição de mulher ou à sua cor, raça ou etnia. (Incluído pela Lei nº 14.192, de 2021)

É justamente com o intuito de evitar danos ao equilíbrio e a legitimidade do pleito eleitoral que a Justiça Eleitoral tem canalizado vultosos esforços para combater as desinformações. O Tribunal Superior Eleitoral (TSE) adotou uma série de medidas institucionais, como a implementação de sistemas de checagem de informações, dentre eles: o site Fato ou Boato¹², Sistema de Alerta de Desinformação Eleitoral (SIADDE)¹³, Pardal¹⁴, Centro Integrado de Enfrentamento à Desinformação e Defesa da Democracia (CIEDDE)¹⁵, dentre

¹¹ ZÍLIO, Rodrigo López. Direito Eleitoral: noções preliminares, elegibilidade e inelegibilidade, ações eleitorais, processo eleitoral (da convenção à prestação de contas). 3ª ed. Porto Alegre: Verbo Jurídico, 2012, p. 370.

¹² JUSTIÇA ELEITORAL (Brasil). *Fato ou Boato*. Disponível em: <https://www.justicaeleitoral.jus.br/fato-ou-boato/>. Acesso em: 13 dez. 2025.

¹³ TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (Brasil). *Sistema de Alertas*. Brasília. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/eleicoes/sistema-de-alertas>. Acesso em: 13 dez. 2025.

¹⁴ TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (Brasil). *Saiba como denunciar irregularidades eleitorais usando o app Pardal*. Brasília, ago. 2022. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Agosto/saiba-como-denunciar-irregularidades-eleitorais-usando-o-app-pardal>. Acesso em: 13 dez. 2025.

¹⁵ TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (Brasil). *Presidente do TSE inaugura Centro Integrado de Combate à Desinformação*. Brasília, mar. 2024. Disponível em:

outras, além dos reforços legislativos e das resoluções e diversas campanhas¹⁶ contra a disseminação de desinformação já foram realizadas pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

Essas medidas, contudo, não afastam a necessidade de utilização dos instrumentos judiciais próprios do Direito Eleitoral, os quais continuam a desempenhar papel fundamental no enfrentamento da desinformação. Entre tais mecanismos destacam-se as Representações por Desinformação sobre a Integridade do Processo Eleitoral, as Representações por Divulgação de Fatos Inverídicos na Propaganda Eleitoral e as Representações por Propaganda Eleitoral Negativa, previstas no arcabouço normativo eleitoral como meios aptos a coibir condutas que atentem contra a normalidade e a legitimidade do pleito.

Ocorre que embora tais ações permitam, em tese, a concessão de tutela de urgência para a remoção imediata do conteúdo desinformativo, a efetividade prática dessas decisões encontra limites na própria dinâmica das redes sociais. O tempo compreendido entre a publicação da notícia falsa, sua ampla circulação no ambiente digital e o cumprimento da decisão liminar, ainda que proferida com a celeridade que caracteriza a Justiça Eleitoral, é suficiente para que o conteúdo produza efeitos prejudiciais sobre a formação da vontade do eleitorado. A exposição prolongada da informação inverídica, somada à lógica de compartilhamento em cadeia, faz com que os seus impactos se consolidem antes mesmo da atuação jurisdicional.

Quando a ordem judicial de remoção é finalmente executada, o dano informacional já se encontra, em grande medida, consumado. A retirada do conteúdo, embora juridicamente necessária, mostra-se incapaz de neutralizar plenamente os efeitos decorrentes da sua circulação prévia, especialmente em períodos sensíveis da campanha eleitoral. Tal realidade evidencia que as medidas institucionais e os instrumentos processuais, embora essenciais, não são suficientes, por si sós, para enfrentar de maneira eficaz a desinformação no ambiente digital, reforçando a necessidade de mecanismos complementares, aptos a atuar de forma preventiva e imediata.

Diante da insuficiência prática das respostas exclusivamente judiciais frente à velocidade da circulação de conteúdos no ambiente digital, ganha relevo o debate acerca da possibilidade de atuação direta das plataformas digitais na remoção de conteúdos desinformativos, especialmente durante o período eleitoral. As chamadas *big techs*, embora sejam entes privados, exercem função social relevante ao mediar o fluxo de informações e o

<https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2024/Marco/presidente-do-tse-inaugura-centro-integrado-de-combate-a-desinformacao>. Acesso em: 13 dez. 2025.

¹⁶TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (Brasil). *Conheça a atuação do TSE no enfrentamento da desinformação*. Brasília, ago. 2020. Disponível em:

<https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2020/Agosto/conheca-a-atuacao-do-tse-no-enfrentamento-da-desinformacao>. Acesso em: 13 dez. 2025.

debate público, assumindo posição estratégica na preservação da integridade do processo democrático.

A atuação extrajudicial das plataformas na moderação de conteúdo não pode ser compreendida como forma de censura, mas como exercício de autorregulação pautado em seus próprios termos de uso e na observância de valores constitucionais, desde que orientada por critérios objetivos, transparentes e proporcionais, como já vem sendo realizado pelo próprio Tribunal Superior Eleitoral ao firmar acordos com as plataformas digitais para combater as desinformações¹⁷.

O interesse jurídico manifesta-se quando a falsidade extrapola o plano meramente discursivo e passa a ostentar aptidão para produzir danos efetivos, sejam eles materiais ou imateriais, de natureza individual ou coletiva. Nessas situações, impõe-se uma análise criteriosa que busque harmonizar a necessidade de proteção contra o prejuízo com a salvaguarda da liberdade de expressão, em consonância com o *princípio do dano* formulado por John Stuart Mill (Mill, 2016), segundo o qual “o único fim em função do qual o Poder pode ser corretamente exercido sobre qualquer membro de uma comunidade civilizada, contra sua vontade, é o de prevenir dano a outros”. Assim, não é toda inverdade que atrai a tutela do Direito, mas apenas aquelas dotadas de potencial concreto e mensurável de causar prejuízos, como a influência indevida sobre decisões políticas, o abalo de reputações, riscos à saúde pública ou a desestabilização de processos democráticos.

Desse modo, a liberdade de expressão, embora constitua direito fundamental, não possui caráter absoluto, encontrando limites na proteção de outros bens jurídicos igualmente relevantes, como a normalidade das eleições, a igualdade de oportunidades entre os candidatos e a confiança pública nas instituições democráticas.

Nesse sentido, a adoção de parâmetros minimamente objetivos para a remoção de conteúdos pelas plataformas digitais revela-se juridicamente plausível e compatível com o ordenamento constitucional. Entre esses critérios, podem ser destacados conteúdos que veiculem fatos sabidamente inverídicos, informações manifestamente descontextualizadas, publicações que atinjam de forma ilegítima a honra e a imagem de candidatos ou que busquem desacreditar o sistema eleitoral e o processo de votação, especialmente quando desprovidos de qualquer lastro fático ou informacional verificável. Trata-se de hipóteses em que o potencial

¹⁷ TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (Brasil). *Confira a íntegra dos acordos com plataformas digitais para combater mentiras nas Eleições 2024*. Brasília, ago. 2024. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2024/Agosto/confira-a-integra-dos-acordos-com-plataformas-digitais-para-combater-mentiras-nas-eleicoes-2024-1>. Acesso em: 13 dez. 2025.

lesivo do conteúdo é evidente e imediato, justificando uma resposta célere para evitar danos irreversíveis ao pleito.

Cumprе salientar que as plataformas digitais dispõem de robusta infraestrutura tecnológica capaz de identificar padrões de comportamento, alcance e engajamento de conteúdos, valendo-se de ferramentas como algoritmos de recomendação, sistemas automatizados de detecção e inteligência artificial. Tais recursos já são amplamente utilizados para fins comerciais, de segurança e de moderação de conteúdo, o que demonstra que a identificação de publicações potencialmente desinformativas não constitui tarefa inviável sob o ponto de vista técnico.

A experiência internacional reforça essa constatação. Nos Estados Unidos, após os episódios ocorridos no início de 2021, plataformas digitais *X*¹⁸ (antigo *Twitter*) e *Facebook*¹⁹, optaram por suspender e remover os perfis do então presidente Donald Trump, sob o fundamento de risco concreto à ordem democrática, evidenciando que, em situações excepcionais, tais empresas reconhecem sua responsabilidade na disseminação de conteúdos capazes de gerar instabilidade institucional e desinformativos.

Outro exemplo ocorreu durante as eleições presidenciais dos Estados Unidos em 2020, quando *Facebook* e *X* (antigo *Twitter*) anunciaram que passariam a exibir alertas em postagens²⁰ que declarassem vitória antecipada antes da divulgação oficial dos resultados. Essa iniciativa visava informar os usuários de que os votos ainda estavam sendo contados e que qualquer alegação de vitória prematura deveria ser vista com cautela, conectando diretamente a moderação de conteúdo com a preservação da integridade eleitoral.

No contexto brasileiro, durante as eleições de 2022, a própria Meta adotou medidas preventivas ao inserir avisos informativos em postagens relacionadas ao processo eleitoral, direcionando os usuários a fontes oficiais de informação²¹, o que demonstra a capacidade das

¹⁸ G1. *Twitter tira conta de Trump do ar após risco de incitação à violência*. 8 jan. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2021/01/08/twitter-tira-conta-de-trump-do-ar.ghml>. Acesso em: 13 dez. 2025.

¹⁹ UOL NOTÍCIAS. *Trump é suspenso do Facebook por dois anos após decisão de conselho*. 4 jun. 2021. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/internacional/ultimas-noticias/2021/06/04/trump-suspenso-facebook.htm>. Acesso em: 13 dez. 2025.

²⁰ G1. *Facebook e Twitter terão alerta em posts que declarem vitória antecipada nas eleições dos EUA*. [S. l.], 3 nov. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/11/03/facebook-e-twitter-terao-alerta-em-posts-que-declarem-vitoria-antecipada-nas-eleicoes-dos-eua.ghml>. Acesso em: 13 dez. 2025.

²¹ TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (Brasil). *Contra fake news, Instagram e Facebook colocam avisos em postagens sobre eleições 2022*. Brasília, dez. 2021. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2021/Dezembro/contra-fake-news-instagram-e-facebook-colocam-avisos-em-postagens-sobre-eleicoes-2022>. Acesso em: 13 dez. 2025.

plataformas de identificar conteúdos sensíveis ao debate democrático e de atuar de forma rápida e direcionada.

Esses exemplos evidenciam que as plataformas digitais possuem meios técnicos e operacionais para perceber, em questão de segundos, quando determinado conteúdo apresenta alto potencial desinformativo, podendo, assim, adotar medidas imediatas de contenção, como a remoção, a limitação de alcance ou a inserção de alertas informativos. Tal atuação, quando pautada em critérios objetivos e acompanhada da possibilidade de revisão posterior e controle jurisdicional, não substitui a atuação da Justiça Eleitoral, mas a complementa, conferindo maior efetividade à proteção da legitimidade do processo eleitoral diante da dinâmica acelerada do ambiente digital.

Assim, a discussão acerca da remoção de conteúdos desinformativos pelas plataformas digitais insere-se no desafio contemporâneo de conciliar liberdade de expressão, celeridade e proteção da democracia, exigindo soluções jurídicas que dialoguem com a realidade tecnológica atual e com as peculiaridades do processo eleitoral.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo buscou analisar a centralidade assumida pelas redes sociais no processo eleitoral contemporâneo, evidenciando como a transformação digital alterou profundamente as estratégias de campanha, a formação da vontade do eleitor e a própria dinâmica da disputa política, especialmente em contextos marcados por restrições temporais, limitações estruturais dos meios tradicionais e dispersão territorial do eleitorado, como ocorre em grande parte dos municípios brasileiros, a exemplo do Estado do Piauí.

Verificou-se que as plataformas digitais, ao mesmo tempo em que ampliaram o acesso à informação e democratizaram a comunicação política, passaram a exercer influência decisiva na definição das agendas públicas e na decisão do voto, deslocando parcela significativa do debate político para o ambiente virtual. Esse fenômeno, embora tenha fortalecido a competitividade eleitoral e reduzido custos de campanha, também potencializou a disseminação de conteúdos desinformativos, cuja velocidade de circulação e capacidade de alcance desafiam os mecanismos tradicionais de tutela do processo eleitoral.

A análise demonstrou que, apesar dos esforços institucionais e normativos empreendidos pela Justiça Eleitoral, reconhecidamente célere e especializada, a resposta exclusivamente judicial revela limitações práticas diante da lógica algorítmica das redes sociais e do imediatismo informacional. Mesmo a concessão de tutelas de urgência para remoção de

conteúdos desinformativos mostra-se, muitas vezes, insuficiente para neutralizar os danos já produzidos à formação da vontade do eleitorado, sobretudo em disputas acirradas e em colégios eleitorais reduzidos.

Nesse contexto, ganhou relevo o debate acerca da possibilidade de atuação direta das plataformas digitais na moderação e remoção de conteúdos manifestamente desinformativos, sem prévia intervenção judicial. Sustentou-se que tal atuação, quando pautada em critérios objetivos, transparência, proporcionalidade e possibilidade de controle posterior, não configura censura prévia, mas exercício legítimo de autorregulação compatível com os valores constitucionais e com a função social desempenhada pelas *big techs* na mediação do debate público.

A partir da análise do ordenamento jurídico brasileiro, da jurisprudência eleitoral e de experiências nacionais e internacionais, concluiu-se ser juridicamente plausível a adoção, pelas plataformas digitais, de parâmetros minimamente objetivos para a remoção de conteúdos de alto potencial lesivo, como aqueles que veiculam fatos sabidamente inverídicos, informações gravemente descontextualizadas, ataques ilegítimos à honra de candidatos ou tentativas de descredibilização do sistema eleitoral e do processo de votação. A existência de sofisticada infraestrutura tecnológica, baseada em algoritmos, inteligência artificial e sistemas automatizados de detecção, demonstra que tais medidas são tecnicamente viáveis e já vêm sendo aplicadas em diferentes contextos eleitorais.

Por fim, conclui-se que a tutela da legitimidade do processo eleitoral no ambiente digital exige uma abordagem integrada e complementar, na qual a atuação jurisdicional da Justiça Eleitoral e a moderação responsável das plataformas digitais não se excluem, mas se reforçam mutuamente. A conciliação entre liberdade de expressão, celeridade e proteção da democracia impõe soluções jurídicas que dialoguem com a realidade tecnológica contemporânea, reconhecendo que a efetividade da proteção eleitoral, no contexto das redes sociais, depende de respostas rápidas, preventivas e proporcionais, capazes de preservar a confiança pública e a normalidade das eleições.

REFERÊNCIAS

ALVIM, Frederico Franco; ZILIO, Rodrigo López, CARVALHO, Volgane Carvalho.
Desinformação: o que é, o que não é e quando. No prelo, para publicação na edição n. 52 da Revista do TRE-RS, Porto Alegre, ano 27, n. 52, 2023. Disponível em: < <https://ava.tre->

rs.jus.br/ejers/pluginfile.php/22619/mod_resource/content/1/Desinforma%C3%A7%C3%A3o%20o%20que%C3%A9%20o%20que%20n%C3%A3o%20%C3%A9%20e%20quando%20%28Artigo%20para%20a%20Edi%C3%A7%C3%A3o%20N.%2052%20-%20Online%20First%20Publication%29.pdf > Acesso em: 12 dez. 2025.

ARENDT, Hannah. **Entre passado e futuro**. 6. ed. Trad. Mauro W. Barbosa. São Paulo: Perspectiva, 2016.

BRASIL. **Lei n. 4.737, de 15 de julho de 1965**. Institui o Código Eleitoral. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 19 julho 1965. Disponível em: <
https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4737compilado.htm > Acesso em: 12 dez. 2025.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Recurso Na Representação 060092739/DF**, Relator(a) Min. Maria Claudia Bucchianeri, Acórdão de 19/12/2022, publicado no(a) Publicado em Sessão 675, data 19/12/2022.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução TSE n. 23.610, de 18 de dezembro de 2019**. Dispõe sobre a propaganda eleitoral. Disponível em: <
<https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-de-dezembro-de-2019> >. Acesso em: 12 dez. 2025.

CARVALHO, Lucas. **A aplicação de Compliance digital como ferramenta de controle nas campanhas eleitorais na internet**. 168 f. TCC (Doutorado) - Curso de Direito Político e Econômico, Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2024. Disponível em:
<https://adelpha-api.mackenzie.br/server/api/core/bitstreams/89c9b4f5-a56a-4935-88c7-445c6a69750d/content>. Acesso em: 12 dez. 2025.

CIDADEVERDE. **Horário eleitoral inicia nesta sexta-feira (30)**; apenas três municípios terão propaganda na TV. Cidade Verde, 30 ago. 2024. Disponível em:
<https://cidadeverde.com/eleicoes2024/127442/horario-eleitoral-inicia-nesta-sexta-feira-30- apenas-tres-municipios-terao-propaganda-na-tv> . Acesso em: 14 dez. 2025.

FURTADO, Antônio Leonardo Fernandes. **Presidente livre e independente**: a construção de Jair Bolsonaro como político outsider no horário eleitoral (2018). 2019. 168f. Monografia (Graduação em Comunicação Social-Publicidade e Propaganda) – Instituto de Cultura e Arte, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2019.

G1. **Facebook e Twitter terão alerta em posts que declarem vitória antecipada nas eleições dos EUA**. [S. l.], 3 nov. 2020. Disponível em:
<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/11/03/facebook-e-twitter-terao-alerta-em-posts-que-declarem-vitoria-antecipada-nas-eleicoes-dos-eua.ghtml>. Acesso em: 13 dez. 2025.

G1. **Twitter tira conta de Trump do ar após risco de incitação à violência**. 8 jan. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2021/01/08/twitter-tira-conta-de-trump-do-ar.ghtml>. Acesso em: 13 dez. 2025.

GOMES, W., Fernandes, B., Reis, L., & Silva, T. (2009). **“Politics 2.0”**: A campanha online de Barack Obama em 2008. *Revista de Sociologia e Política*, 17(34), 29–43.
<https://doi.org/10.1590/S0104-44782009000300004>

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. 3. ed., rev. e ampl. Salvador: EDUFBA, 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Miguel Leão (PI) – Panorama**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pi/miguel-leao/panorama> . Acesso em: 11 dez. 2025.

INSTITUTO DE PESQUISA DATASENADO. **Redes Sociais, Notícias Falsas e Privacidade de Dados na Internet**. Brasília: DataSenando, 2019.

JUSTIÇA ELEITORAL (Brasil). **Fato ou Boato**. Disponível em: <https://www.justicaeleitoral.jus.br/fato-ou-boato/>. Acesso em: 13 dez. 2025.

MARINHO, Ricardo. **Marketing Político Digital**: Na era das redes sociais. MK Editora, 2018. Disponível em: <<https://tinyurl.com/y4u95fq8>>. Acesso em 13 dez. 2025.

MILL, John Stuart. **Sobre a Liberdade**. Tradução de Pedro Madeira. Lisboa: Edições 70, 2016.

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES (Brasil). **“93% dos domicílios brasileiros contam com banda larga fixa no país”, afirma Ministério das Comunicações**. 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/mcom/pt-br/noticias/2025/abril/201c93-dos-domicilios-brasileiros-contam-com-banda-larga-fixa-no-pais201d-afirma-ministerio-das-comunicacoes> . Acesso em: 11 dez. 2025.

QUIVY, Raymond; VAN CAMPENHOUDT, Luc; SANTOS, Rui. **Manual de investigação em ciências sociais**. 1992.

TEIXEIRENSE, F. TORKASKI, M. **Bolsonaro lidera ranking de influência nas redes, mas no conjunto o predomínio é do PT**. FSB Comunicação, 2018. Disponível em: < Bolsonaro lidera ranking de influência nas redes, mas no conjunto o predomínio é do PT - FSB Comunicação >. Acesso em: 13 dez. 2025.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (Brasil). **Confira a íntegra dos acordos com plataformas digitais para combater mentiras nas Eleições 2024**. Brasília, ago. 2024. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2024/Agosto/confira-a-integra-dos-acordos-com-plataformas-digitais-para-combater-mentiras-nas-eleicoes-2024-1>. Acesso em: 13 dez. 2025.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (Brasil). **Conheça a atuação do TSE no enfrentamento da desinformação**. Brasília, ago. 2020. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2020/Agosto/conheca-a-atuacao-do-tse-no-enfrentamento-da-desinformacao>. Acesso em: 13 dez. 2025.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (Brasil). **Contra fake news, Instagram e Facebook colocam avisos em postagens sobre eleições 2022**. Brasília, dez. 2021. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2021/Dezembro/contra-fake-news-instagram-e-facebook-colocam-avisos-em-postagens-sobre-eleicoes-2022>. Acesso em: 13 dez. 2025.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (Brasil). **Presidente do TSE inaugura Centro Integrado de Combate à Desinformação**. Brasília, mar. 2024. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2024/Marco/presidente-do-tse-inaugura-centro-integrado-de-combate-a-desinformacao>. Acesso em: 13 dez. 2025.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (Brasil). **Resolução nº 23.590, de 28 de agosto de 2018**. Dispõe sobre o plano de mídia do horário eleitoral gratuito relativo ao cargo de Presidente da República nas eleições de 2018. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2018/resolucao-no-23-590-de-28-de-agosto-de-2018>. Acesso em: 11 dez. 2025.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (Brasil). **Saiba como denunciar irregularidades eleitorais usando o app Pardal**. Brasília, ago. 2022. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Agosto/saiba-como-denunciar-irregularidades-eleitorais-usando-o-app-pardal>. Acesso em: 13 dez. 2025.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (Brasil). **SIG Eleição – Eleitorado**. Disponível em: <https://sig.tse.jus.br/ords/dwapr/r/seai/sig-eleicao/eleitorado/home?session=308696659846172>. Acesso em: 11 dez. 2025.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (Brasil). **Sistema de Alertas**. Brasília. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/eleicoes/sistema-de-alertas>. Acesso em: 13 dez. 2025.

UOL NOTÍCIAS. **Trump é suspenso do Facebook por dois anos após decisão de conselho**. 4 jun. 2021. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/internacional/ultimas-noticias/2021/06/04/trump-suspenso-facebook.htm>. Acesso em: 13 dez. 2025.

ZÍLIO, Rodrigo López. **Direito Eleitoral**: noções preliminares, elegibilidade e inelegibilidade, ações eleitorais, processo eleitoral (da convenção à prestação de contas). 3ª ed. Porto Alegre: Verbo Jurídico, 2012, p. 370.