

A PESQUISA ELEITORAL COMO ATIVO ESTRATÉGICO E O ENFRENTAMENTO JURÍDICO À DESINFORMAÇÃO

ELECTION POLLING AS A STRATEGIC ASSET AND THE LEGAL FIGHT AGAINST MISINFORMATION

Ívilla Barbosa Araújo¹

RESUMO: O presente artigo analisa a instrumentalização estratégica das pesquisas eleitorais no contexto das eleições municipais de Teresina-PI em 2024, investigando como dados de intenção de voto foram utilizados como ferramentas de influência psicológica, narrativa política e manipulação do eleitorado. A partir do estudo de caso da Representação nº 0600553-48.2024.6.18.0001, julgada procedente pela 1ª Zona Eleitoral de Teresina, o trabalho examina a intersecção entre o marketing político de narrativas e o Direito Eleitoral, demonstrando que pesquisas fraudulentas não constituem meros erros estatísticos, mas instrumentos deliberados de desinformação com efeitos mensuráveis sobre o processo democrático. Adotando metodologia qualitativa com análise documental de peças processuais e revisão bibliográfica multidisciplinar, o artigo conclui que a advocacia eleitoralista contemporânea exige uma postura proativa e estratégica — capaz de neutralizar fraudes de opinião antes de sua viralização —, e apresenta perspectivas de enfrentamento para o ciclo eleitoral de 2026, com ênfase nos riscos amplificados pelo uso de inteligência artificial.

Palavras-chave: Pesquisa eleitoral. Desinformação. Efeito Bandwagon. Representação eleitoral. Teresina 2024. Eleições 2026.

ABSTRACT: This article analyzes the strategic instrumentalization of electoral polls in the context of the 2024 municipal elections in Teresina, Piauí, Brazil, investigating how voting intention data were used as tools of psychological influence, political narrative, and voter manipulation. Drawing on a case study of Representação nº 0600553-48.2024.6.18.0001, ruled in favor of the plaintiff by the 1st Electoral Zone of Teresina, the paper examines the intersection between political narrative marketing and Electoral Law, demonstrating that fraudulent polls are not mere statistical errors, but deliberate instruments of disinformation with measurable effects on democratic processes. Adopting a qualitative methodology with documentary analysis of procedural records and multidisciplinary literature review, the article concludes that contemporary electoral advocacy requires a proactive and strategic posture — capable of neutralizing opinion fraud before it goes viral — and presents perspectives for the 2026 electoral cycle, emphasizing risks amplified by the use of artificial intelligence.

Keywords: Electoral poll. Disinformation. Bandwagon effect. Electoral representation. Teresina 2024. 2026 elections.

¹ Advogada; Pós-graduada em Direito Tributário, Direito Civil e Processo Civil, em Direito e Contabilidade Eleitoral; Autora convidada da Revista Eleições e Cidadania do Tribunal Regional Eleitoral do Piauí (TRE-PI); Membro da Academia Brasileira de Direito Eleitoral e Político (ABRADEP); Vice-Presidente da Comissão Nacional de Compliance Eleitoral e Partidário do Conselho Federal da OAB (CFOAB). E-mail: ivillahk@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

A história das campanhas eleitorais brasileiras pode ser lida como uma sucessão de revoluções comunicacionais. Da oratória nos palanques da República Velha ao rádio getulista, do horário eleitoral gratuito na televisão às plataformas digitais da contemporaneidade, cada nova tecnologia trouxe consigo não apenas novas possibilidades de comunicação política, mas também novos vetores de manipulação e desinformação. Nesse contínuo processo de evolução, um elemento ganhou protagonismo singular nas últimas décadas: a pesquisa eleitoral de intenção de voto.

Originalmente concebida como instrumento científico de mensuração da opinião pública, a pesquisa eleitoral metamorfoseou-se, na prática das campanhas contemporâneas, em um ativo estratégico de comunicação política — capaz de criar percepções de inevitabilidade, desestabilizar adversários, atrair financiadores e orientar eleitores indecisos. Quando legítima e metodologicamente rigorosa, contribui para a qualidade do debate democrático. Quando fraudulenta, torna-se uma arma de desinformação de efeitos devastadores sobre a autonomia do voto.

O problema que orienta este artigo pode ser formulado assim: como as pesquisas eleitorais fraudulentas deixaram de ser erros estatísticos para tornarem-se instrumentos de manipulação psicológica e narrativa política, e de que modo o Direito Eleitoral brasileiro pode responder, eficaz e tempestivamente, a esse fenômeno? A resposta é tanto acadêmica quanto pragmática, pois implica repensar o papel do advogado eleitoralista na defesa da integridade do processo democrático.

O caso paradigmático que fundamenta empiricamente esta análise é a Representação Eleitoral nº 0600553-48.2024.6.18.0001, perante a 1ª Zona Eleitoral do Piauí, nas eleições municipais de Teresina de 2024. Naquele processo, a Coligação "Teresina no Caminho Certo" impugnou a divulgação de pesquisa eleitoral fraudulenta veiculada em favor da candidatura concorrente. A sentença procedente, com multa de R\$ 53.205,00 e determinação de retirada do conteúdo, demonstrou que a atuação jurídica precoce e estratégica pode neutralizar a desinformação antes que ela se consolide como verdade na percepção pública.

O contexto político daquele pleito era emblemático: de um lado, a candidatura de Silvio Mendes (União Brasil/PP/Republicanos), candidato de oposição sem apoios a nível estadual, sustentado por uma coligação enxuta e sem o suporte da estrutura governamental; de outro, a candidatura de Fábio Novo (PT e coligação ampla), apoiado explicitamente pelo Governador do Estado do Piauí e pelo Presidente da República, contando com o respaldo integral da

máquina estadual, do financiamento federal e da força sindical organizada. A assimetria de recursos criou o cenário perfeito para o uso estratégico de pesquisas — tanto para inflar artificialmente a vantagem do candidato situacionista quanto para criar a narrativa de inviabilidade do adversário.

O objetivo geral do presente trabalho é analisar a intersecção entre marketing político, desinformação por pesquisas e Direito Eleitoral, utilizando o caso teresinense como paradigma de resposta jurídica à manipulação de opinião pública. Os objetivos específicos são: (i) compreender os mecanismos psicológicos pelos quais pesquisas influenciam o comportamento eleitoral; (ii) mapear o arsenal jurídico disponível para o combate a pesquisas fraudulentas; (iii) analisar a estratégia processual e comunicacional adotada no caso paradigmático; e (iv) projetar os desafios e respostas necessárias para o ciclo eleitoral de 2026.

A justificativa para este estudo assenta-se em três pilares convergentes: o acadêmico, dado que a literatura de Direito Eleitoral ainda carece de trabalhos que articulem sistematicamente os instrumentos processuais disponíveis com as estratégias de comunicação política; o prático, considerando que as eleições de 2026, com a superposição de disputas presidenciais, estaduais e federais em contexto de polarização extrema, tornam urgente a sistematização das experiências municipais de 2024; e o institucional, pois a democracia brasileira enfrenta um momento crítico de reconfiguração de suas bases informacionais, e o Direito precisa estar à altura desse desafio.

O artigo organiza-se em seis seções subsequentes: a segunda apresenta a fundamentação teórica sobre marketing de narrativas, jurisprudência do TSE e papel do advogado estrategista; a terceira descreve a metodologia; a quarta analisa a pesquisa como instrumento estratégico; a quinta desenvolve o estudo de caso da Representação teresinense; a sexta apresenta perspectivas para 2026; e a sétima traz as considerações finais.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 O Marketing de Narrativas e os Efeitos Psicológicos das Pesquisas Eleitorais

A compreensão da pesquisa eleitoral como instrumento de comunicação política pressupõe uma análise dos mecanismos cognitivos pelos quais o eleitor processa a informação sobre "quem está ganhando". Nesse campo, a contribuição de Antonio Lavareda é incontornável. Em sua obra seminal sobre emoções que governam o voto (2009), Lavareda demonstra que a decisão eleitoral raramente obedece à racionalidade estrita da escolha

informada: ela é profundamente mediada por heurísticas emocionais, entre as quais o desejo de pertencer ao grupo vencedor ocupa lugar central.

Esse fenômeno, descrito na literatura internacional como efeito *bandwagon*, foi sistematizado por Elisabeth Noelle-Neumann em sua teoria da espiral do silêncio: à medida que a percepção de qual candidato lidera se consolida — seja por pesquisas legítimas ou por dados manipulados —, os eleitores que se identificam com o candidato percebido como derrotado tendem a silenciar suas preferências ou, em casos extremos, a migrar para a opção tida como vitoriosa. O resultado é uma profecia autorrealizável: a percepção de vitória gera comportamentos que efetivamente favorecem a vitória.

Marcus Figueiredo, em seus estudos sobre comportamento eleitoral e decisão de voto (2008), complementa essa análise ao documentar a "volatilidade tardia" no eleitorado brasileiro — a tendência de eleitores indecisos de definirem seu voto nas últimas semanas de campanha, exatamente o período de maior impacto midiático das pesquisas. Para esse segmento, a pesquisa não informa sobre uma realidade preexistente: ela contribui para construir a realidade que passa a existir nas urnas.

No plano do financiamento e da organização política, doadores e lideranças intermediárias calibram seus aportes e sua disposição de mobilização conforme as expectativas de resultado sinalizadas pelos *surveys*. Uma pesquisa fraudulenta que infla artificialmente a vantagem de um candidato gera um efeito cascata de adesões que melhora objetivamente as condições da campanha — tornando a fraude economicamente rentável. Diogo Rais (2020) sintetiza: a desinformação eleitoral contemporânea não visa apenas enganar, mas reconfigurar o ambiente informacional em que o eleitor decide, tornando-o favorável a determinado resultado.

Um dado do Sistema PESQUELE do TSE quantifica essa intensidade no caso teresinense: 51 pesquisas registradas para o cargo de prefeito de Teresina em 2024 — volume que superou São Paulo e Rio de Janeiro, tornando a capital piauiense líder nacional em sondagens por município. No estado, o Piauí ocupava a 2ª posição nacional em registros até maio de 2024, com 148 pesquisas, atrás apenas de Goiás. É precisamente nessa intersecção entre psicologia eleitoral e estratégia de campanha que a pesquisa fraudulenta se torna instrumento de engenharia da opinião pública.

2.2 O Direito Eleitoral e a Proteção da Vontade Livre do Eleitor

O ordenamento jurídico eleitoral brasileiro parte de um pressuposto antropológico e democrático fundamental: a legitimidade do processo eleitoral depende da autenticidade da vontade do eleitor. Essa premissa, inscrita no artigo 14 da Constituição Federal de 1988 e desenvolvida pela legislação eleitoral infraconstitucional, implica que qualquer mecanismo capaz de distorcer artificialmente essa vontade — seja pela coação, pelo abuso do poder econômico ou pela desinformação — constitui uma agressão ao próprio fundamento da democracia representativa.

O regime jurídico das pesquisas eleitorais encontra seu núcleo normativo nos artigos 33 a 35 da Lei nº 9.504/1997 (Lei das Eleições), que impõem uma série de requisitos formais para a realização e divulgação de *surveys*: credenciamento do instituto junto ao TSE por meio do sistema PESQUELE; registro prévio da metodologia e do contratante; divulgação obrigatória de informações técnicas como universo pesquisado, tamanho da amostra, margem de erro e nível de confiança; e identificação do financiador. A Resolução TSE nº 23.600/2019 aprofundou e detalhou esses requisitos, estabelecendo parâmetros mais rígidos de transparência.

A evolução da jurisprudência do TSE no tema da desinformação eleitoral tem sido progressiva. Em decisões como o RESPE nº 0600789-46.2022, o TSE reconheceu que a divulgação de fatos sabidamente inverídicos com capacidade de influenciar o resultado eleitoral constitui ilícito passível de sanção, independentemente de comprovação de dano efetivo. O artigo 33, §4º, da Lei nº 9.504/1997 tipifica como crime eleitoral a divulgação de pesquisa sem os requisitos legais, cominando reclusão de seis meses a um ano com multa; e o artigo 326-A do Código Eleitoral, introduzido pela Lei nº 13.834/2019, criou o tipo penal específico de divulgação de fatos inverídicos em desfavor de candidatos por meios de comunicação social. A combinação dessas normas com a Representação prevista no artigo 96 da Lei nº 9.504/1997 forma o arcabouço jurídico central de combate à fraude em pesquisas.

José Jairo Gomes, em seu *Direito Eleitoral* (2022), sistematiza esse conjunto normativo ao enfatizar que a proteção da integridade das pesquisas eleitorais não é questão técnica menor: ela é condição de possibilidade da democracia informacional. Um sistema eleitoral no qual os dados de intenção de voto podem ser livremente manipulados sem consequências jurídicas é um sistema em que o poder econômico pode comprar não apenas votos, mas a percepção de que os votos já foram comprados.

A produção institucional do TSE tem contribuído de forma decisiva para a sedimentação desse entendimento. A Biblioteca Digital do TSE reúne publicações que tratam da divulgação

de pesquisas fraudulentas como forma de "turbção do pleito" — conduta que sujeita seus autores a multas pesadas e persecução criminal, não como mera irregularidade administrativa, mas como agressão qualificada à integridade do sufrágio. Complementando esse acervo, o Guia Básico de Enfrentamento à Desinformação do TSE detalha o fluxo de atuação recomendado — da identificação do conteúdo à coleta de provas digitais, passando pelo protocolo da Representação e o pedido liminar de remoção —, incluindo orientações específicas sobre pesquisas veiculadas em desconformidade com os requisitos legais. Sua disseminação entre advogados eleitoralistas e tribunais regionais é condição para que a resposta jurídica seja padronizada em todo o território nacional.

2.3 O Papel do Advogado Estrategista: Da Advocacia Passiva à Advocacia Ativa

A advocacia eleitoralista brasileira passou por uma transformação profunda nas últimas décadas. Se durante muito tempo o papel do advogado eleitoral estava circunscrito ao registro de candidaturas, à defesa de representações e à gestão da prestação de contas, a complexidade crescente do ambiente político-comunicacional contemporâneo demanda uma postura radicalmente diferente: a do advogado-estrategista, capaz de atuar proativamente na conformação do ambiente jurídico-eleitoral da campanha.

Essa transição da advocacia passiva para a advocacia ativa no campo eleitoral pode ser compreendida a partir de três dimensões. A primeira é a dimensão de inteligência: o advogado eleitoralista contemporâneo precisa monitorar, de forma sistemática, todas as pesquisas eleitorais divulgadas no âmbito de sua campanha e das campanhas adversárias, verificando sua regularidade formal perante o sistema PESQUELE e avaliando a plausibilidade de seus resultados metodológicos. A segunda é a dimensão de ação: identificada uma irregularidade ou fraude, a intervenção jurídica deve ser imediata — pois, como demonstra a experiência de Teresina 2024, cada hora de circulação de uma pesquisa fraudulenta amplia seu efeito sobre o eleitorado. A terceira é a dimensão comunicacional: a vitória jurídica não é um fim em si mesma, mas o ponto de partida de uma narrativa política sobre a honestidade do candidato e a desonestidade do adversário.

Esse terceiro aspecto merece reflexão detida, pois situa a advocacia eleitoralista em uma zona de interface com a comunicação política que pode gerar tensões éticas. A utilização de uma decisão judicial procedente como instrumento de narrativa de campanha não viola norma jurídica ou deontológica, desde que a comunicação se atenha ao que foi efetivamente decidido. O que a estratégia comunicacional faz, nesse caso, é ampliar o alcance social de uma decisão

que, de outra forma, permaneceria confinada ao universo processual — contribuindo para o esclarecimento público sem criar novas camadas de desinformação.

3 METODOLOGIA

O presente artigo adota abordagem qualitativa, combinando três procedimentos metodológicos complementares: o estudo de caso, a análise documental e a revisão bibliográfica multidisciplinar.

O estudo de caso tem como objeto central a Representação Eleitoral nº 0600553-48.2024.6.18.0001, tramitada perante a 1ª Zona Eleitoral de Teresina/PI nas eleições municipais de 2024. A escolha justifica-se por três razões: (i) relevância substantiva, por envolver a aplicação concreta dos instrumentos jurídicos de combate à desinformação por pesquisa em contexto de alta polarização; (ii) valor paradigmático, por ter resultado em decisão procedente que pode servir de referência para casos futuros; e (iii) potencial analítico, por revelar com clareza a articulação entre estratégia jurídica e comunicação política.

A análise documental abrangeu as peças processuais disponíveis — petição inicial, decisão liminar e sentença final da Representação nº 0600553-48.2024.6.18.0001 —, as Resoluções do TSE pertinentes (nºs 23.600/2019 e 23.735/2024) e decisões do TSE sobre matéria correlata. A revisão bibliográfica multidisciplinar articulou contribuições da Ciência Política, do Direito Eleitoral e da Comunicação Política, privilegiando os autores que abordam a intersecção entre esses campos, com destaque para Antonio Lavareda, Marcus Figueiredo, Diogo Rais e José Jairo Gomes.

Do ponto de vista epistemológico, o trabalho adota postura compreensivo-interpretativa, reconhecendo que os fenômenos aqui analisados não se deixam capturar por análises meramente normativas ou estritamente empíricas. A combinação de perspectivas teóricas, análise de caso e reflexão prospectiva busca oferecer uma compreensão integrada e operacionalmente útil do fenômeno. Nesse sentido, o artigo dialoga com o estudo "Justiça Eleitoral e *fake news*: uma análise empírica", publicado na Revista Justiça Eleitoral em Debate, que mapeia empiricamente os padrões de atuação jurisdicional em ambientes de polarização acentuada — referencial comparativo que permite situar o caso teresinense em tendências nacionais de uso da desinformação como estratégia eleitoral.

4 A PESQUISA ELEITORAL COMO INSTRUMENTO ESTRATÉGICO DE CAMPANHA

4.1 A Dinâmica "Davi x Golias": Pesquisas como Narrativa de Poder

As eleições municipais de Teresina de 2024 constituíram, desde sua fase pré-eleitoral, um confronto que os próprios atores políticos e a cobertura midiática logo batizaram de "Davi x Golias". De um lado, Sílvio Mendes (União Brasil), candidato de oposição, sustentado por uma coligação enxuta — União Brasil, PP e Republicanos — sem apoio a nível estadual e sem o suporte da estrutura governamental. De outro, Fábio Novo (PT), candidato situacionista apoiado explicitamente pelo Governador do Estado do Piauí e pelo Presidente da República, respaldado por ampla frente de partidos — PDT, MDB, PODE, DC, AGIR, PSB, PSD, SOLIDARIEDADE, Cidadania e a Federação Brasil da Esperança —, com acesso privilegiado à máquina estadual, ao financiamento federal e à força da organização sindical e comunitária.

Nesse contexto de assimetria de recursos, as pesquisas eleitorais assumiram função narrativa central. Para a campanha situacionista de Fábio Novo, pesquisas que apontassem liderança confortável consolidavam a percepção de inevitabilidade da vitória, reduzindo o custo de adesão para lideranças e doadores. Para Sílvio Mendes, candidato de oposição, demonstrar competitividade real nas pesquisas era condição para desafiar a narrativa dominante construída pelo poder estadual e federal de que o resultado já estava decidido antes mesmo do início da campanha. É nesse cenário que emerge o uso fraudulento das pesquisas: ao criar artificialmente uma correlação de forças distorcida, atores interessados buscavam precipitar exatamente os comportamentos de financiamento, adesão e cobertura midiática que, em conjunto, tornariam real a vantagem fictícia.

O resultado do primeiro turno fornece o dado mais contundente: Sílvio Mendes venceu com 52,19% dos votos válidos contra 43,26% de Fábio Novo — margem muito inferior às que pesquisas fraudulentas chegaram a atribuir ao candidato do governo, confirmando que a manipulação visava criar uma percepção de vantagem muito superior à real.

4.2 O Impacto Extra-Urna: Financiamento, Cabos Eleitorais e Cobertura Midiática

A influência das pesquisas eleitorais sobre o comportamento eleitoral raramente se dá de forma direta e linear — um eleitor que lê uma pesquisa e muda imediatamente seu voto. Sua eficácia é muito mais estrutural: ela opera sobre os sistemas de suporte que sustentam ou minam

uma candidatura. Compreender esse mecanismo é fundamental para entender por que a fraude em pesquisas constitui uma forma tão eficaz e tão grave de interferência no processo democrático.

No que se refere ao financiamento, a correlação entre desempenho em pesquisas e captação de recursos é extensamente documentada na literatura de comunicação política. Doadores concentram seus aportes nos candidatos percebidos como competitivos, e uma pesquisa que projeta vantagem confortável não apenas consolida o fluxo de doações existente: ela direciona para a campanha recursos que, na ausência daqueles números, seriam alocados em outras disputas. Em um ambiente de recursos finitos, isso representa vantagem competitiva real e mensurável.

Em relação à rede de mobilização política — cabos eleitorais, lideranças de bairro e dirigentes partidários —, o impacto das pesquisas é ainda mais direto. Essas lideranças sem vínculos ideológicos fortes tendem a fazer escolhas calculadas sobre onde alocar seu capital político. A percepção de que um candidato está perdendo pode provocar uma debandada de apoios que, por si só, contribui para tornar real a derrota que as pesquisas fraudulentas apenas antecipavam ficticiamente.

No plano da cobertura midiática, o fenômeno é conhecido como "horse race journalism" — o jornalismo de corrida de cavalos, que enquadra as eleições primariamente como disputa de posições nas pesquisas. Nesse modelo dominante de cobertura eleitoral, candidatos que lideram recebem mais espaço, mais entrevistas e mais análises. A pesquisa fraudulenta que infla artificialmente uma posição de liderança gera, portanto, um benefício colateral de visibilidade midiática que é, em si mesmo, um recurso eleitoral de valor mensurável.

4.3 A Manipulação Metodológica: Como se Frauda uma Pesquisa Eleitoral

Para que o enfrentamento jurídico à fraude em pesquisas eleitorais seja eficaz, é necessário compreender tecnicamente como essa fraude opera. As modalidades de manipulação metodológica são variadas, e sua identificação requer combinação de conhecimento técnico em estatística e metodologia de pesquisa com sensibilidade jurídica para os requisitos formais estabelecidos pela legislação eleitoral.

A primeira e mais frequente modalidade é a de amostragem viciada: a seleção deliberada de um universo de respondentes que não representa adequadamente o eleitorado real. Isso pode ocorrer pela concentração das entrevistas em regiões geográficas onde o candidato beneficiado tem maior força, pela aplicação de filtros de elegibilidade que excluem sistematicamente

segmentos desfavoráveis, ou simplesmente pela fabricação parcial ou total dos dados coletados — o que na literatura metodológica é chamado de "pesquisa de gaveta" ou, nos casos mais graves, de dados inventados.

A segunda modalidade é o questionário indutivo: a formulação de perguntas que induzem respostas favoráveis a determinado candidato antes que a pergunta de intenção de voto seja formulada, por meio de viés cognitivo deliberado. A terceira — e aquela que os requisitos do artigo 33 da Lei nº 9.504/1997 mais diretamente visam coibir — é a divulgação sem registro: publicação de dados de pesquisa sem o cumprimento dos requisitos formais, impossibilitando qualquer verificação independente da metodologia. Essa modalidade é paradoxalmente a mais comum e a mais fácil de identificar juridicamente, pois sua irregularidade é formal e independe de análise de mérito estatístico. Foi ela — combinada com elementos das demais — que a Representação nº 0600553-48.2024.6.18.0001 combateu.

5 ANÁLISE DO CASO PRÁTICO: A REPRESENTAÇÃO Nº 0600553-48.2024.6.18.0001 EM TERESINA 2024

No início do período de campanha das eleições municipais de Teresina de 2024, a Coligação "Teresina no Caminho Certo" ingressou com Representação Eleitoral perante a 1ª Zona Eleitoral de Teresina/PI, com fulcro nos artigos 33, §§2º e 3º, da Lei nº 9.504/1997 e no artigo 1º da Resolução TSE nº 23.600/2019, impugnando pesquisa eleitoral divulgada pela campanha adversária sem o cumprimento dos requisitos legais obrigatórios — notadamente, sem registro prévio no sistema PESQUELE. A ausência de registro foi demonstrada documentalmente, e o pedido liminar de remoção imediata do conteúdo foi inicialmente deferido, interrompendo a circulação da pesquisa fraudulenta antes de sua viralização.

5.2 A Decisão Judicial: Argumentação e Fundamentos

A sentença proferida pela Juíza Júnia Maria Feitosa Bezerra Fialho, Juíza da 1ª Zona Eleitoral do Piauí, julgou procedente a Representação, aplicando ao Representado multa no valor de R\$ 53.205,00 (cinquenta e três mil, duzentos e cinco reais), com fundamento nos artigos 33, §§ 2º e 3º, da Lei nº 9.504/1997, e no artigo 1º da Resolução TSE nº 23.600/2019. Determinou, ainda, a definitiva retirada da publicação vergastada do perfil do Representado nas redes sociais.

Nos fundamentos da decisão, a magistrada consignou que o cumprimento dos requisitos formais para a divulgação de pesquisas eleitorais não é mera formalidade burocrática: constitui garantia essencial da autenticidade da informação que chega ao eleitor. A ausência de registro no sistema PESQUELE impede qualquer verificação independente da metodologia, do financiador e da plausibilidade dos resultados, transformando o dado divulgado em mera informação desprovida de qualquer respaldo técnico verificável.

Esse fundamento está em perfeita consonância com a doutrina institucional do TSE sobre *fake news*: as publicações da Biblioteca Digital do TSE enquadram a divulgação de pesquisas sem registro como "turbação do pleito", evidenciando que a decisão teresinense não é episódio isolado, mas aplicação local de entendimento consolidado em âmbito nacional.

A decisão também determinou que o Ministério Público Eleitoral fosse intimado para apurar eventual prática do crime previsto no artigo 33, §4º, da Lei nº 9.504/1997 — medida que evidencia a dimensão penal potencial das condutas objeto da Representação, e que agrega peso adicional à condenação civil-eleitoral.

"Ante todo o exposto, revejo a liminar anteriormente deferida, para julgar procedente a Representação, e APLICAR ao Representado multa no valor de R\$ 53.205,00 (cinquenta e três mil, duzentos e cinco reais), com fundamento nos arts. 33, § 3º da Lei nº 9.504/1997 c/c o art. 1º da Res.-TSE nº 23.600/19, bem como DETERMINAR a retirada da publicação vergastada, do Perfil do Representado." (Juíza Júnia Maria Feitosa Bezerra Fialho, 1ª Zona Eleitoral/PI – Proc. 0600553-48.2024.6.18.0001)

A decisão é juridicamente consistente com a linha jurisprudencial do TSE que tem reforçado, nas últimas eleições, a necessidade de rigor no cumprimento dos requisitos formais das pesquisas eleitorais. Seu valor paradigmático reside, sobretudo, na clareza com que articula a proteção formal dos requisitos legais com a proteção substantiva da autenticidade da informação eleitoral.

5.3 Resultado e Reflexo na Campanha: Da Vitória Jurídica à Munição Política

A condenação transitou para além dos autos processuais para tornar-se elemento central da narrativa de campanha da Coligação "Teresina no Caminho Certo". O *timing* da ação — protocolada e decidida nas fases iniciais da campanha, quando a capacidade de ação preventiva é máxima — revelou-se fundamental para a eficácia tanto jurídica quanto comunicacional da estratégia.

Do ponto de vista jurídico, a procedência da liminar no momento em que a publicação ainda estava em circulação restringiu significativamente o alcance do conteúdo fraudulento. Cada hora de circulação de uma pesquisa falsa em redes sociais representa milhares de visualizações, compartilhamentos e interações — e, portanto, um grau adicional de penetração na percepção do eleitorado. A intervenção precoce limitou esse dano informacional de forma que nenhuma ação posterior, por mais eficaz que fosse, poderia alcançar.

Do ponto de vista comunicacional, a sentença procedente transformou-se em instrumento de uma narrativa política precisa e juridicamente fundamentada: "o candidato adversário mente nas pesquisas". Essa narrativa, ancorada em decisão judicial — e, portanto, blindada contra a acusação de ser ela própria desinformação —, cumpriu a função de desacreditar preventivamente quaisquer pesquisas futuras que pudessem ser divulgadas pela campanha adversária, mesmo que tecnicamente regulares. A vitória jurídica tornou-se, assim, um ativo de credibilidade de longa duração.

Este caso ilustra com particular clareza o que se propôs chamar de advocacia eleitoralista estratégica: a capacidade de articular, de forma integrada e proativa, a dimensão jurídica da intervenção processual com a dimensão comunicacional de seus efeitos sobre a narrativa de campanha. O advogado eleitoralista que opera nesse registro não apenas defende os direitos de seu cliente: ele contribui ativamente para a conformação do ambiente informacional em que a eleição se decide.

6 PERSPECTIVAS PARA 2026 E O USO DA TECNOLOGIA

A experiência teresinense de 2024 — com sua escala inédita de sondagens, seus episódios documentados de fraude e a resposta jurídica bem-sucedida que lhe seguiu — projeta-se diretamente sobre o ciclo eleitoral de 2026, em pleno curso, tanto como advertência quanto como roteiro de atuação. Dois vetores tornam esse ciclo exponencialmente mais desafiador: o uso de inteligência artificial como amplificador da desinformação e a insuficiência do modelo atual de fiscalização de institutos de pesquisa.

6.2 Inteligência Artificial e *Deepfakes* de Dados: O Risco da Desinformação em Escala Industrial

O ciclo eleitoral de 2026 se desenvolverá em um ambiente tecnológico radicalmente diferente de qualquer eleição anterior. O rápido amadurecimento das ferramentas de

inteligência artificial generativa — capazes de produzir textos, imagens, áudios e vídeos sintéticos de qualidade crescente — introduz novos vetores de desinformação eleitoral que o arcabouço jurídico atual está apenas parcialmente preparado para enfrentar.

No campo específico das pesquisas eleitorais, o risco mais imediato é o que poderia ser chamado de "*deepfakes* de dados": a produção, com auxílio de ferramentas de inteligência artificial, de pesquisas fictícias visualmente indistinguíveis de pesquisas reais — com *layout* gráfico profissional, nomenclatura de institutos fictícios ou existentes, e dados estatisticamente plausíveis. A velocidade de produção e personalização que a IA permite torna possível a criação de pesquisas fraudulentas em escala e variedade sem precedentes: pesquisas específicas por região, por segmento demográfico, por plataforma de divulgação.

Além da fabricação de pesquisas, a IA possibilita a microsegmentação da desinformação: a entrega, a diferentes grupos de eleitores, de mensagens personalizadas com base em perfis comportamentais, de forma que nenhum eleitor receba exatamente a mesma informação que outro — dificultando dramaticamente a identificação e o combate sistemático. O TSE tem respondido a esses desafios com a Resolução nº 23.735/2024, que introduziu exigências específicas para o uso de IA em materiais eleitorais, e com acordos de cooperação com plataformas digitais. Contudo, a velocidade de evolução tecnológica é consideravelmente superior à da resposta normativa, impondo ao campo jurídico uma postura de permanente atualização.

6.3 Propostas de Rigorismo: A Necessidade de Maior Fiscalização sobre Institutos de Pesquisa

A experiência de Teresina 2024, projetada para as disputas nacionais de 2026, aponta para reformas normativas e institucionais urgentes. Os dados extraídos do Sistema PESQELE do TSE quantificam o desafio: 51 pesquisas registradas para o cargo de prefeito de Teresina em um único ciclo eleitoral — volume que superou São Paulo e Rio de Janeiro, tornando a capital piauiense líder nacional em sondagens por município —, e 148 pesquisas registradas no Piauí até maio de 2024, segunda posição nacional atrás apenas de Goiás. Esses números revelam a intensidade com que o instrumento foi mobilizado e, ao mesmo tempo, a pressão desproporcional sobre o sistema de registro e fiscalização.

A primeira proposta é o aprimoramento do PESQELE: a transformação do registro de pesquisas de um procedimento puramente cadastral — que apenas exige a apresentação de informações sem verificá-las — para um controle efetivo, com auditorias metodológicas antes

da autorização para divulgação. Se 51 registros foram formalizados em Teresina e pesquisas fraudulentas ainda assim circularam, como demonstrou o processo nº 0600553-48.2024.6.18.0001, a conclusão é inevitável: o sistema atual não detém a fraude, apenas a documenta após o fato.

A segunda proposta diz respeito ao aumento das sanções: os valores atuais das multas — até R\$ 106.410,00 — são frequentemente inferiores ao benefício percebido pela campanha que divulga uma pesquisa fraudulenta em termos de adesões e cobertura midiática. Uma estrutura sancionatória escalonada em função do alcance da divulgação poderia funcionar como desincentivo mais eficaz.

A terceira proposta — e aquela que recebeu o mais decisivo reforço do sistema jurídico em período recente — envolve a responsabilização das plataformas digitais. Em junho de 2025, o Supremo Tribunal Federal concluiu um dos julgamentos mais importantes para o Direito Digital brasileiro ao declarar a inconstitucionalidade parcial do artigo 19 do Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014). A decisão alterou profundamente o regime de responsabilidade das plataformas e tem impacto direto sobre o combate à desinformação eleitoral por pesquisas fraudulentas.

Antes da decisão do STF, o artigo 19 do Marco Civil estabelecia que as plataformas somente poderiam ser responsabilizadas se descumprissem ordem judicial específica de remoção de conteúdo — o que, na prática, conferia-lhes imunidade quase absoluta durante o período de tramitação processual, exatamente o período crítico em que a desinformação eleitoral mais se propaga. O STF rompeu com esse modelo ao estabelecer que a ordem judicial deixa de ser a única forma de constituir a responsabilidade das plataformas. O novo regime, construído sobre o conceito de "dever de cuidado ativo", determina que as empresas têm obrigação de vigilância sobre conteúdos ilícitos graves — categoria que, no contexto eleitoral, abrange atos antidemocráticos, desinformação sistemática e contas inautênticas — e que a responsabilidade civil pode ser gerada por simples notificação extrajudicial, caso a plataforma não aja em tempo razoável após tomar ciência do conteúdo ilícito.

O STF estabeleceu ainda uma divisão por categorias de conteúdo com regimes distintos de responsabilidade: para conteúdos impulsionados ou pagos — categoria que engloba pesquisas fraudulentas promovidas como publicidade — a responsabilidade é maior, uma vez que a plataforma lucra diretamente com a distribuição do conteúdo. Para contas inautênticas e redes de desinformação automatizadas (robôs), a plataforma responde se não atuar para removê-las. Para crimes graves, como atos antidemocráticos, a responsabilidade emerge da "falha sistêmica" ou omissão após ciência, mesmo sem ordem judicial prévia.

Para o advogado eleitoralista estrategista, esse novo precedente do STF reconfigura completamente o arsenal jurídico disponível. A notificação extrajudicial à plataforma, fundamentada no dever de cuidado reconhecido pelo STF, passa a ser o primeiro passo técnico obrigatório — anterior mesmo ao protocolo da Representação eleitoral —, com o objetivo de "constituir em mora" a rede social e iniciar o prazo de responsabilização civil. Se a plataforma não remover a pesquisa fraudulenta em tempo razoável após a notificação, abre-se a via da responsabilização direta das *Big Techs*, o que amplia dramaticamente o poder de pressão jurídica sobre essas empresas para que moderem conteúdos eleitorais com rigor incomparavelmente superior ao praticado até 2024. No contexto de 51 pesquisas registradas apenas em Teresina — e de um número não contabilizável de pesquisas fraudulentas em circulação sem registro —, essa pressão sobre as plataformas é a variável que pode fazer a diferença entre a contenção e a viralização da desinformação.

A quarta proposta — reforçada pelo novo entendimento constitucional — é a criação de um mecanismo de resposta rápida específico para desinformação por pesquisas no âmbito eleitoral: um rito processual sumário que, combinado com a notificação extrajudicial às plataformas e com o dever de cuidado reconhecido pelo STF, permita a remoção de pesquisas fraudulentas em janelas de tempo inferiores a 24 horas. O Guia Básico de Enfrentamento à Desinformação publicado pelo TSE já sistematiza os procedimentos disponíveis e orienta operadores do direito sobre seu uso eficaz — mas sua atualização para incorporar o novo precedente do STF sobre o artigo 19 do Marco Civil é medida urgente e necessária para que o documento permaneça operacionalmente relevante no ciclo de 2026.

A quinta e última proposta diz respeito à formação profissional continuada: a integração, nos programas de pós-graduação e especialização em Direito Eleitoral, de módulos específicos que articulem identificação e impugnação de fraudes em pesquisas, uso estratégico da notificação extrajudicial às plataformas à luz do novo precedente do STF, e comunicação estratégica das vitórias jurídicas obtidas. A experiência de Teresina 2024, aqui analisada, demonstra que a eficácia da resposta jurídica não depende apenas da existência de normas adequadas: depende da capacidade dos operadores do direito de reconhecer a fraude rapidamente, agir com velocidade processual em múltiplas frentes simultâneas — Justiça Eleitoral e plataformas digitais — e articular a vitória jurídica com a narrativa de campanha de forma ética e tecnicamente fundamentada.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O percurso analítico desenvolvido neste artigo permite formular um conjunto de conclusões que se pretendem, ao mesmo tempo, teóricas e operacionalmente úteis para os operadores do Direito Eleitoral e para os profissionais da comunicação política.

A primeira conclusão é de ordem conceitual: a pesquisa eleitoral fraudulenta não é mero erro estatístico nem simples propaganda enganosa. É um instrumento de engenharia da opinião pública que opera simultaneamente nas dimensões psicológica, financeira, organizacional e midiática, com efeitos que vão muito além da desinformação de eleitores individualmente considerados. Compreender essa multidimensionalidade é condição para desenvolver respostas jurídicas verdadeiramente eficazes.

A segunda conclusão é de ordem metodológica: o caso da Representação nº 0600553-48.2024.6.18.0001, analisado em detalhe neste artigo, demonstra que os instrumentos jurídicos disponíveis no ordenamento eleitoral brasileiro — quando utilizados com competência técnica, velocidade estratégica e integração com a comunicação política — são capazes de produzir respostas eficazes à desinformação por pesquisas. O prazo de intervenção e a articulação entre a peça jurídica e a narrativa de campanha foram, no caso teresinense, tão determinantes quanto os fundamentos normativos invocados.

A terceira conclusão é de ordem prospectiva e imediata: o ciclo eleitoral de 2026, em pleno curso, apresenta desafios exponencialmente maiores do que os enfrentados em 2024. A combinação de polarização extrema, recursos abundantes, tecnologias de desinformação em acelerada evolução e eleitorado fragmentado em bolhas informacionais cria condições para que o uso de pesquisas fraudulentas atinja escala e sofisticação sem precedentes. A esse quadro, somou-se em junho de 2025 o julgamento do STF que declarou a inconstitucionalidade parcial do artigo 19 do Marco Civil da Internet, impondo às plataformas digitais um dever de cuidado ativo e abrindo a via da responsabilização civil por notificação extrajudicial. Esse precedente constitucional é a peça que faltava para completar o arsenal jurídico do advogado eleitoralista estrategista: com ele, a batalha contra a desinformação por pesquisas pode ser travada simultaneamente na Justiça Eleitoral e diretamente perante as plataformas que veiculam os conteúdos fraudulentos, antes mesmo de qualquer decisão judicial.

A quarta conclusão é de ordem deontológica: a advocacia eleitoralista estratégica aqui descrita é legítima e necessária, mas impõe ao profissional do direito a responsabilidade de assegurar que a comunicação das vitórias jurídicas se mantenha fiel aos fatos apurados no processo, evitando que a denúncia da desinformação adversária se torne, ela própria, veículo de

novas distorções. O advogado eleitoralista que atua nesse registro é, ao mesmo tempo, operador jurídico e agente de integridade democrática.

Finalmente, e em síntese: a realidade democrática não se constrói na narrativa dos que detêm o poder, mas ancora-se, irredutível, no resultado das urnas. Cabe ao Direito Eleitoral garantir que esse resultado seja fruto da vontade livre e informada dos eleitores — e não da manipulação sofisticada de dados que nunca existiram. O caso teresinense de 2024, aqui analisado em sua integralidade, demonstra que essa garantia é possível quando há instrumentos jurídicos adequados, operadores do direito tecnicamente preparados e disposição institucional para agir com a velocidade que a desinformação digital exige.

REFERÊNCIAS

AGRA, Walber de Moura. **Curso de Direito Constitucional Eleitoral**. 4. ed. Belo Horizonte: Fórum, 2023.

ARAÚJO, Ívillia Barbosa. **O Uso da Pesquisa como Instrumento Estratégico de Comunicação Política**. Slides de apresentação. Teresina: 2024. (Material didático).

BRASIL. Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil (Marco Civil da Internet). Brasília: DOU, 2014.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Ação Direta de Inconstitucionalidade – ADI 6.891 e ADI 7.347 (e processos conexos)**. Declaração de inconstitucionalidade parcial do artigo 19 do Marco Civil da Internet. Relator: Min. Dias Toffoli. Brasília: STF, jun. 2025.

BRASIL. **Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997**. Estabelece normas para as eleições. Brasília: DOU, 1997.

BRASIL. **Lei nº 13.834, de 4 de junho de 2019**. Altera a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições), para tipificar como crime eleitoral a denúncia caluniosa com fins eleitorais. Brasília: DOU, 2019.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **A Justiça Eleitoral e as Fake News**. Brasília: Biblioteca Digital do TSE, 2022. Disponível em: <https://bibliotecadigital.tse.jus.br>. Acesso em: jan. 2026.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Guia Básico de Enfrentamento à Desinformação**. Brasília: TSE, 2022. Documento técnico de orientação a partidos políticos, advogados e tribunais regionais eleitorais.

BRASIL. Tribunal Regional Eleitoral do Piauí. **Representação nº 0600553-48.2024.6.18.0001**. 1ª Zona Eleitoral de Teresina/PI. Juíza Júnia Maria Feitosa Bezerra Fialho. Teresina, 2024.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Sistema de Gerenciamento de Pesquisas Eleitorais – PESQELE. **Registro e consulta pública de pesquisas eleitorais**. Dados extraídos em 2024. Disponível em: <https://pesqele.tse.jus.br>. Acesso em: jan. 2026.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução nº 23.600, de 7 de outubro de 2019**. Dispõe sobre a realização de pesquisas eleitorais e exige registro e divulgação de informações metodológicas. Brasília: TSE, 2019.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução nº 23.735, de 20 de junho de 2024**. Dispõe sobre o uso de inteligência artificial nas eleições de 2024. Brasília: TSE, 2024.
BOURDIEU, Pierre. **A opinião pública não existe**. In: THIOLENT, Michel. Crítica metodológica, investigação social e enquete operária. São Paulo: Polis, 1987.

CRESWELL, John W. **Projeto de Pesquisa: Métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

FIGUEIREDO, Marcus; COUTINHO, Cláudio. **A decisão do voto na eleição presidencial de 1994**. Opinião Pública, Campinas, v. 6, n. 3, p. 356-380, 2000.

GOMES, José Jairo. **Direito Eleitoral**. 18. ed. São Paulo: Atlas, 2022.

LAVAREDA, Antonio. **Emoções Ocultas e Estratégias Eleitorais**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

LAVAREDA, Antonio; TELLES, Helcimara (org.). **A lógica das eleições municipais**. Rio de Janeiro: Fundação Konrad Adenauer/FGV Editora, 2011.

NOELLE-NEUMANN, Elisabeth. **The Spiral of Silence: Public Opinion – Our Social Skin**. 2. ed. Chicago: University of Chicago Press, 1993.

RAIS, Diogo (org.). **Desinformação e Direito Eleitoral**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020.

REVISTA JUSTIÇA ELEITORAL EM DEBATE. **Justiça Eleitoral e fake news: uma análise empírica**. Brasília: TSE, 2022. Estudo empírico sobre atuação do Judiciário eleitoral em ambientes polarizados e casos de divulgação de fatos sabidamente inverídicos em disputas eleitorais.

ROOZENBEEK, Jon; VAN DER LINDEN, Sander. **Fake news game confers psychological resistance against online misinformation**. Palgrave Communications, v. 5, n. 65, 2019.

RUBIO, Delia Ferreira. **Financiamiento Político: Rendición de cuentas y divulgación**. In: GRINER, Steven; ZOVATTO, Daniel (eds.). De las normas a las buenas prácticas. San José: OEA/IDEA, 2004.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information Disorder:** Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Strasbourg: Council of Europe, 2017. (Report DGI(2017)09).

ZOVATTO, Daniel. **Financiamiento de los partidos políticos y campañas electorales en América Latina.** Revista de Ciencia Política, Santiago, v. 25, n. 2, p. 101-143, 2005.

