

Redes sociais: impulsionamento pago é necessário ou restritivo?

Especialistas em direito eleitoral analisam proposta em tramitação no TSE

Por Martha Imenes

Faltando apenas sete meses para as eleições de 2026, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) discute as novas regras de propaganda eleitoral. Entre os pontos mais sensíveis está a proposta apresentada pela organização Direito à Comunicação e Democracia (DiraCom), que defende a proibição do impulsionamento pago de conteúdo político-eleitoral nas plataformas digitais.

O debate envolve liberdade de expressão, poder econômico, regulação de plataformas e integridade democrática. Especialistas destacam que o impulsionamento pode amplificar campanhas de desinformação e violência política online, atingindo especialmente mulheres, pessoas negras, comunidade LGBTQIA+ e jornalistas.

A presidente do TSE, ministra Cármen Lúcia, já se manifestou sobre o tema do impulsionamento pago e o papel das redes sociais nas eleições.

Segundo a ministra, “há de se garantir liberdade com a informação correta, para que a expressão seja manifestação de liberdade e não manipulação de ódio e violências”.

Cármen Lúcia também destacou que cada inovação tecnológica e mudança nas regras das redes sociais será acompanhada de perto pelo TSE, para evitar que plataformas interfiram no pro-



A DiraCom defende a proibição do impulsionamento pago de conteúdo político-eleitoral nas redes

cesso eleitoral e comprometam o direito às liberdades.

Ou seja, a ministra defende que a liberdade de expressão nas plataformas digitais deve estar vinculada à integridade da informação, evitando manipulações que possam desequilibrar a disputa democrática.

Gastos em alta desde a minirreforma

Além disso, a organização adverte que os gastos com impulsionamento cresceram des-

de a minirreforma eleitoral de 2017, tornando as redes sociais centrais na disputa política. “A liberdade de expressão é um direito fundamental, mas não pode ser confundida com liberdade de impulsionar desigualdades”, avalia a organização. Em sua avaliação, “nas eleições de 2026, é essencial que as plataformas digitais não se tornem instrumentos de desequilíbrio democrático. O que defendemos é que todos tenham voz em condições justas, sem que o poder

econômico determine quem será ouvido”.

Igualdade comprometida

Especialistas em direito eleitoral corroboram a avaliação do DiraCom. Segundo eles, o impulsionamento pode comprometer a igualdade de condições entre candidaturas. Eles defendem maior regulação por parte da Corte eleitoral.

O professor Diogo Rais, especialista em direito digital e

eleitoral, por exemplo, destaca que o impulsionamento pago representa risco de desequilíbrio na disputa. Para ele, “candidaturas com maior poder econômico conseguem ampliar artificialmente seu alcance, o que reforça a necessidade de transparência das plataformas e de regras claras para evitar abusos”.

Na mesma linha, o advogado Fernando Neisser, presidente da Comissão de Direito Eleitoral da OAB-SP, afirma que o impulsionamento pode configurar uma “nova forma de abuso de poder econômico”. Ele chama atenção da necessidade de o TSE avançar na regulação para garantir equilíbrio democrático. “A propaganda paga já é proibida em rádio e televisão”, relembra.

A ex-ministra do TSE e advogada eleitoral Luciana Lóssio também tem chamado atenção para os desafios da propaganda digital: “O papel das plataformas na formação da opinião pública não deve ser confundida com a compra de alcance privilegiado, sob pena de distorcer o debate democrático”.

Quem é e como funciona a DiraCom

A DiraCom funciona como uma rede coletiva, formada por ativistas, pesquisadores e profissionais distribuídos por diferentes locais do país que atuam em defesa da regulação democrática das plataformas digitais e do direito à comunicação.

Confira as principais dúvidas sobre o tema

O impulsionamento pago desequilibra a disputa eleitoral?

“Sim. A Constituição já impõe limites ao abuso de poder econômico, e o impulsionamento pode configurar uma nova forma desse abuso. Se a propaganda paga é proibida no rádio e na TV, não há razão para que seja permitida nas redes sociais, que hoje são o principal meio de informação política no Brasil.”

A proibição seria compatível com a liberdade de expressão?

“Não se trata de censura, mas de garantir igualdade de condições entre candidaturas. A liberdade de expressão continua assegurada: candidatos e partidos podem divulgar suas ideias, mas

sem comprar alcance privilegiado. O que se busca é evitar que o poder econômico distorça o debate público.”

Há precedentes na legislação brasileira que sustentam essa medida?

“Sim. O TSE já reconheceu os riscos do impulsionamento pago ao restringir esse tipo de propaganda nos dias que antecederam o segundo turno de 2022. Esse precedente mostra que a Justiça Eleitoral entende a necessidade de limitar práticas que possam comprometer a integridade do processo.”

O modelo atual favorece candidaturas com maior poder econômico?

“Sem dúvida. O impulsionamento transfere recursos públicos para grandes plataformas digitais e cria uma desigualdade estrutural. Quem tem mais dinheiro consegue segmentar públicos e multiplicar sua presença, enquanto candidaturas menores ficam invisíveis.”

Como equilibrar transparência, regulação e democracia no ambiente digital?

“É preciso exigir relatórios de transparência robustos das plataformas, limitar a micro-segmentação que compromete a publicidade do discurso político e fortalecer mecanismos de fiscalização. A autorregulação privada não basta: o processo eleitoral exige regras claras e garantias públicas.”



Impulsionamento pago nas redes sociais em debate no TSE