ASTROTURFING COMO ESTRATÉGIA DE PRESSÃO POLÍTICA NAS CONVENÇÕES PARTIDÁRIAS BRASILEIRAS

Astroturfing as a political pressure strategy in Brazilian party conventions

Vou jogar-lhe na janela, hoje à noite, alguns bilhetes de letra diferente,
para que ele pense que são diversos os autores que acordam no exalar o
alto conceito que dele Roma faz.
Shakespeare, Júlio César, Ato I, Cena II

CLÁUDIO LUÍS BRAGA DELL'ORTO

Sobre o autor:

Cláudio Luís Braga dell'Orto. *Mestre em Ciências Penais pela Universidade Cândido Mendes (2000) e graduado em Direito pela Universidade Católica de Petrópolis (1983). Professor adjunto da PUC-Rio e da Universidade Católica de Petrópolis. Atua na Escola da Magistratura do Estado do Rio de Janeiro (EMERJ), onde já exerceu funções administrativas e coordena a disciplina de Direito Digital. Foi Diretor da Escola Nacional da Magistratura da AMB e integrou o Tribunal Regional Eleitoral do Rio de Janeiro, exercendo a vice-presidência e corregedoria regional e a presidência. Pesquisa temas relacionados ao Direito Penal, Estado Democrático de Direito, direitos humanos e limites ao poder incriminador, com foco na reserva legal e na eficiência do sistema de justiça.*

RESUMO

O texto analisa o uso do *astroturfing* como estratégia de manipulação política nas convenções partidárias brasileiras. Essa prática simula apoio popular por meio de ferramentas digitais, influenciando a escolha de candidatos com base em métricas artificiais. Pré-candidatos utilizam o *astroturfing* para pressionar dirigentes partidários, criando uma falsa percepção de legitimidade. As redes sociais, com seus algoritmos e perfis automatizados, potencializam essa dinâmica. A legislação eleitoral brasileira ainda carece de mecanismos eficazes para combater essa prática, que representa uma ameaça à autenticidade do processo democrático. Estudos de casos nacionais e internacionais ilustram os impactos do *astroturfing* na formação da opinião pública. O texto defende maior regulação, transparência e educação midiática para preservar a integridade eleitoral.

Palavras-chave: Astroturfing; Convenções partidárias; Manipulação digital; Pré-candidaturas; Democracia representativa; Redes sociais.

ABSTRACT

The text analyzes the use of astroturfing as a political manipulation strategy in Brazilian party conventions. This practice simulates popular support through digital tools, influencing candidate selection based on artificial metrics. Pre-candidates use astroturfing to pressure party leaders by creating a false perception of legitimacy. Social media platforms, with their algorithms and automated profiles, amplify this dynamic. Brazilian electoral legislation still lacks effective mechanisms to combat this practice, which threatens the authenticity of democratic processes. Case studies from Brazil and abroad illustrate the impact of astroturfing on public opinion formation. The text advocates for stronger regulation, transparency, and media literacy to preserve electoral integrity.

Keywords: Astroturfing; Partyconventions; Digitalmanipulation; Pre-candidacies; Representativedemocracy; Social media

INTRODUÇÃO

As transformações tecnológicas são irreversíveis. A consolidação dos processos evolutivos do *homo sapiens* marcam sua passagem pelo planeta. Da roda à computação quântica, o conhecimento acumulado no processo cultural racional por gerações nos trouxe à contemporaneidade. A revolução industrial do século XVIII, consolidada na ideia do homem-máquina, capaz de multiplicar sua força física e seu tempo de trabalho, permitiu a quarta revolução industrial em que a própria racionalidade pode ser desempenhada por máquinas pré-treinadas com eficiência e velocidade superior ao cérebro humano. O uso da inteligência artificial generativa permite a construção de um universo habitado exclusivamente pela racionalidade, onde realidades binárias são construídas de forma a simular situações que parecem reais aos sentidos humanos. O mundo digital essencialmente abstrato é racionalmente concreto. Informações, imagens, sons, textos, tudo pode ser codificado em dígitos e as conexões neurais as levarão diretamente aos nossos cérebros. Esse meta-universo ou metaverso totalmente binário estará cada vez mais presente no cotidiano e influirá nas tomadas de decisões sobre questões cruciais da humanidade.

Se o século XVIII foi descrito como o "século das máquinas" e se a fascinação pelas máquinas produziu, em 1748, o tratado L'Homme machine ('O Homem-Máquina') de Julien Offray de La Mettrie (1709-1751), apresentando a visão dos mundos físicos e biológicos igualmente explicáveis por princípios mecanicistas, o século XXI se consolida como o século da inteligência artificial, dos algoritmos e da *realidade-abstrata*, puramente racional mediada por máquinas cada vez mais eficientes.

A crescente digitalização da política tem ampliado o uso de estratégias de manipulação da opinião pública, entre elas o *astroturfing*, que se caracteriza pela simulação de apoio popular por meio de ferramentas tecnológicas. Segundo Rezende (2021), essa prática representa uma forma de violência simbólica, pois distorce o debate democrático ao mascarar interesses particulares sob a aparência de consenso coletivo.

No contexto brasileiro, o uso do *astroturfing* tem se intensificado, especialmente em períodos pré-eleitorais, como forma de influenciar a percepção pública e interna dos partidos políticos (Matos & Persigo, 2022). Em um cenário político cada vez mais influenciado pelas dinâmicas digitais, compreender como práticas artificiais de mobilização são utilizadas por pré-candidatos para demonstrar força política torna-se essencial.

Astroturfing é um termo que se refere à criação de uma falsa impressão de apoio popular, geralmente por meio de campanhas organizadas que simulam manifestações espontâneas. A origem do termo remete ao uso de grama sintética (AstroTurf), em contraste com movimentos de base genuínos (grassroots).

Heitor Pinheiro Rezende, afirma:

> O termo é proveniente da palavra Astroturf, marca de empresa norte-americana fundada em 1964, na cidade de Dalton, no estado da Georgia, que produz grama sintética para estádios de futebol. Segundo as autoras, o povo anglo-saxônico considera a articulação conjunta de grupos sociais como movimentos de raiz ou grassroots movements, logo o movimento Astroturfing refere-se a um movimento de raiz falso. O termo lexical no campo político estadunidense foi criado em 1985, pelo então senador do estado do Texas Lloyd Bentsen, do Partido Democrata, político este que utilizou a palavra para referenciar a pressão que recebia das empresas do setor de seguros de vida, que lhe direcionavam cartas pelo correio, com apelos para favorecer os interesses da área no Congresso e na mídia. (RUSSAKOFF; SWARDSON, 1985).

1. *ASTROTURFING* NO CENÁRIO POLÍTICO

O *astroturfing* se insere em uma lógica de guerra informacional, na qual *memes*, *hashtags* e campanhas coordenadas são utilizados para construir narrativas artificiais de apoio. O *astroturfing* atua como um fluxo informativo paralelo, que contorna os canais tradicionais de comunicação política e se infiltra nas redes sociais com o objetivo de manipular a percepção de legitimidade. (Batista, 2022)

Historicamente, o *astroturfing* tem sido utilizado em campanhas publicitárias e políticas para influenciar a opinião pública. Com o advento das redes sociais, essa prática ganhou novas dimensões, permitindo a disseminação rápida e massiva de mensagens. O uso do *astroturfing* tem se intensificado, especialmente em períodos pré-eleitorais, onde a percepção de apoio popular pode ser decisiva para a viabilidade de uma candidatura.

2. O PAPEL DAS REDES SOCIAIS E DA TECNOLOGIA

As plataformas digitais oferecem terreno fértil para o *astroturfing,* pois permitem a criação de redes de desinformação com grande alcance. O uso de perfis automatizados e influenciadores pagos criam uma falsa sensação de engajamento orgânico. Além disso, algoritmos de recomendação amplificam conteúdos polarizadores, favorecendo a 'viralização' de campanhas artificiais, reforçando bolhas de opinião e dificultando a identificação de campanhas artificiais. Ferramentas como bots, perfis falsos e influenciadores pagos são frequentemente utilizadas para amplificar mensagens e criar a ilusão de apoio popular.

Sónia Sofia de Lima Fernandes afirma:

> As redes sociais e sua utilização por parte dos políticos tornaram a personalização e comunicação política em geral e das campanhas eleitorais em particular um processo mais facilitado. Assim sendo, as redes sociais ao mesmo tempo que fornecem canais de comunicação unidirecionais, permitem a comunicação multidirecional dentro de uma rede de cidadãos. Para além disso, as redes sociais vieram permitir aos candidatos políticos um maior controlo acerca das mensagens e do seu conteúdo em si, bem como o ritmo de distribuição das mesmas, não estando apenas limitados aos meios de comunicação tradicionais (Graham et al. 2010).

3. PRÉ-CANDIDATURAS E A LÓGICA DA PRESSÃO INTERNA

Batista (2022) aponta que o *astroturfing* é utilizado por pré-candidatos como uma forma de demonstrar força política antes mesmo do início oficial das campanhas, criando uma pressão simbólica sobre os dirigentes partidários. Essa prática visa influenciar a lógica interna dos partidos, que muitas vezes priorizam candidatos com maior visibilidade digital, mesmo que essa visibilidade seja fabricada (Matos & Persigo, 2022). Os líderes dos partidos são induzidos a apoiarem suas candidaturas durante as convenções, sob o argumento de que possuem maior aceitação junto ao eleitorado.

4. PARTIDOS POLÍTICOS E A OBRIGATORIEDADE DE FILIAÇÃO PARTIDÁRIA PARA CANDIDATURAS NO BRASIL

A estrutura político-eleitoral brasileira está firmemente alicerçada na atuação dos partidos políticos como instrumentos essenciais à democracia representativa. A Constituição Federal de 1988, em seu artigo 17, reconhece os partidos como pessoas jurídicas de direito privado, com liberdade para criação, organização e funcionamento, desde que respeitados os princípios democráticos e os direitos fundamentais.

A Lei nº 9.096/1995, conhecida como Lei dos Partidos Políticos, regulamenta esse dispositivo constitucional, estabelecendo que apenas partidos com registro no Tribunal Superior Eleitoral (TSE) podem participar do processo eleitoral, acessar recursos do Fundo Partidário e usufruir de tempo de propaganda gratuita no rádio e na televisão. O artigo 7º da referida lei exige que o partido comprove caráter nacional e apoiamento mínimo de eleitores para obter registro definitivo.

No que tange à candidatura, a Lei nº 9.504/1997 (Lei das Eleições) reforça a exigência de filiação partidária como condição de elegibilidade. O artigo 9º dispõe que o candidato deve estar filiado a um partido político pelo menos seis meses antes da eleição. Além disso, o artigo 11, § 1º, inciso I, exige que o candidato seja escolhido em convenção partidária, e o § 14, incluído pela Lei nº 13.488/2017, veda expressamente a candidatura avulsa, mesmo que o requerente seja filiado a um partido político. As resoluções do TSE que são editadas com força normativa para os períodos eleitorais também consolidam esse entendimento, estabelecendo que apenas partidos políticos e federações devidamente registrados podem apresentar candidatos, e que a escolha deve ocorrer em convenção partidária realizada dentro do prazo legal.

A jurisprudência exige filiação partidária válida e tempestiva reforçando o controle normativo e dos partidos políticos sobre o processo de escolha dos candidatos aptos ao escrutínio popular:

> [...] Eleições 2024. Requerimento de registro de candidatura. Indeferimento. [...] **ausência de filiação partidária válida e tempestiva**, nos termos do art. 14, § 3º, V, da Constituição do Brasil e do art. 9º da Lei n. 9.504/1997. [...] 3. Não há omissão ou contradição no acórdão embargado, pois ficou expressamente consignado que a embargante apresentou documentação produzida, exclusiva-

> mente, de maneira unilateral a fim de comprovar sua filiação partidária, o que não atende as exigências normativas. Além disso, ficou assentado que **em sede de processo de registro de candidatura é inviável discussão sobre a regularização de filiação partidária, que deve ocorrer em procedimento próprio**, conforme previsto no art. 19, § 2º, da Lei n. 9.096/1995, e precedentes desta Corte Superior. [...].
>
> *(Ac. de 13/2/2025 nos ED-AgR-REspEl n. 060025321, rel. Min. André Ramos Tavares.)*

A jurisprudência do TSE é pacífica quanto à inadmissibilidade de candidaturas avulsas. Em diversos julgados, como o Recurso Especial Eleitoral nº 1655-68 e o Mandado de Segurança nº 26.603, o Tribunal reafirmou que a filiação partidária é condição constitucional de elegibilidade, conforme o artigo 14, § 3º, inciso V, da Constituição Federal. O tribunal reforçou a tese de que as candidaturas devem ser objeto da escolha das convenções dos partidos políticos sendo incabível a invocação do princípio da convencionalidade para buscar o registro de candidatura avulsa. O controle de convencionalidade verifica a compatibilidade das normas internas com tratados internacionais de direitos humanos, especialmente aqueles ratificados pelo próprio país. Busca-se, assim, garantir que o ordenamento jurídico nacional esteja em consonância com os compromissos assumidos internacionalmente. Neste particular, o tribunal superior concluiu que não viola a Convenção Interamericana de Direitos Humanos (Pacto de São José da Costa Rica) a exigência normativa interna da condição de elegibilidade de filiação partidária válida e tempestiva.

> ELEIÇÕES 2024. AGRAVO INTERNO. MANDADO DE SEGURANÇA CÍVEL. CANDIDATURA AVULSA. IMPOSSIBILIDADE. NEGADO PROVIMENTO.1. Agravo interno interposto por pretensos candidatos aos cargos de prefeito e vice-prefeito de São Paulo/SP nas Eleições 2024 contra decisão singular que indeferiu a inicial e negou seguimento a Mandado de Segurança impetrado em desfavor do Tribunal Superior Eleitoral, competente para a prática do ato em tese violador do direito dos agravantes de obter senha para acesso ao Sistema de Candidaturas - Modulo Externo (CANDex).2. A pretensão não possui amparo no sistema legal brasileiro, pois, na linha da interpretação dada pelo STF à Constituição Federal, **no Brasil não há candidatura avulsa e o requerimento de registro deverá estar instruído com a ata da convenção partidária, na qual houve a escolha do nome do filiado para determinado cargo eletivo**.3. Agravo interno a que se nega provimento.
>
> Agravo Regimental em Mandado de Segurança Cível nº061315660, Acórdão, Relator(a) Min. Isabel Gallotti, Publicação: PSESS - Publicado em Sessão, 29/10/2024.
>
> ELEIÇÕES 2022. REQUERIMENTO DE REGISTRO DE CANDIDATURA (RRC). CARGOS DE PRESIDENTE E DE VICE-PRESIDENTE DA REPÚBLICA. CANDIDATURAS AVULSAS. INDEFERIMENTO.1. A Lei nº 13.488/2017, ao introduzir o § 14 no art. 11 da Lei nº 9.504/1997, segundo o qual "é vedado o registro de candidatura avulsa, ainda que o requerente tenha filiação partidária", disciplinou expressamente a questão da candidatura avulsa, vedando-as.2. A pendência de julgamento no STF do ARE nº 1.054.490 QO/RJ não atrai, por si só, a aplicação do art. 16-A da Lei das Eleições.3. **A Convenção Americana de Direitos Humanos (Pacto de São José da Costa Rica) não pode ser invocada para afastar a exigência de filiação partidária e escolha em convenção para registro de candidatura**.4. Pedido de registro de candidatura (...) indeferido. Petição Cível nº060077066, Acórdão, Relator(a) Min. Mauro Campbell Marques, Publicação: PSESS - Publicado em Sessão, 02/09/2022.

Contudo, a discussão sobre candidaturas avulsas ganhou novo fôlego com o Recurso Extraordinário nº 1.238.853/RJ, admitido pelo Supremo Tribunal Federal (STF). O caso envolve dois cidadãos que pleitearam

o direito de se candidatar sem vínculo partidário nas eleições municipais de 2016. Embora o pedido tenha sido indeferido pelo TSE e pelo Tribunal Regional Eleitoral do Rio de Janeiro, o STF reconheceu a repercussão geral da matéria, abrindo espaço para uma possível mudança jurisprudencial e constitucional.

Iniciado o julgamento virtual, o processo foi destacado pelo Ministro Luís Roberto Barroso (Presidente e Relator). (Plenário, Sessão Virtual de 30.5.2025 a 6.6.2025) e em 15/08/2025 houve pedido de vista do Ministro Alexandre de Moraes.

A eventual admissão de candidaturas avulsas implicaria revisão profunda do sistema eleitoral brasileiro, com impactos na governabilidade, na representatividade e na estrutura partidária. Propostas de Emenda Constitucional (PECs), como a PEC nº 06/2015, arquivada definitivamente em 22/12/2022, tramitaram no Congresso Nacional com o objetivo de permitir tais candidaturas, desde que apoiadas por um percentual mínimo de eleitores da circunscrição.

Portanto, até que haja alteração constitucional ou decisão vinculante do STF em sentido contrário, permanece vigente a exigência de filiação partidária como requisito indispensável para o exercício do direito de candidatura no Brasil.

5. CONVENÇÕES PARTIDÁRIAS E O PROCESSO DE ESCOLHA

As convenções partidárias, embora regulamentadas pela legislação eleitoral, são permeadas por dinâmicas informais de poder. O *astroturfing*, ao criar uma percepção inflada de apoio, pode alterar significativamente o processo decisório (Rezende, 2021).Essa prática compromete a autonomia dos partidos ao induzir escolhas baseadas em métricas artificiais de popularidade.

As convenções partidárias são momentos decisivos no processo eleitoral brasileiro, pois é nelas que os partidos escolhem oficialmente seus candidatos. A influência de uma suposta popularidade pode ser determinante nessas decisões favorecendo candidatos que investem em estratégias artificiais ao invés de realizarem articulações políticas legítimas.Principalmente se considerarmos que muitas vezes as convenções se destinam a homologar decisões das direções partidárias que podem estar iludidas por popularidade artificial de pré-candidatos ou estimulando essas práticas.

Jessé Souza afirma:

> As convenções podem ser comparadas como uma eleição interna das siglas partidárias em que os filiados desses partidos escolhem, por meio de votação individual, quem serão os candidatos. Mas muitos nem sabem disso e essa eleição geralmente nem ocorre de forma aberta e clara, resumindo-se a uma lista previamente elaborada e acertada entre os caciques políticos para que as pessoas filiadas a assinem, sem muitos nem saberem para quê.
>
> Logo, as convenções são tratadas como comícios em que os cabos eleitorais ali presentes estão apenas para aplaudir seus candidatos, na promessa de que serão remunerados para trabalhar durante a campanha eleitoral. Ou pensando na chamada boca de urna, que é a compra/venda de voto às vésperas da votação, na feira-livre eleitoral aceita por uma boa parcela dos eleitores sob a conivência de todos.
>
> A encenação na convenção partidária é tão evidente que os candidatos que terão seus nomes abonados nem se preocupam em falar de suas propostas e ideias, e limitam-se a bajular os caciques de suas siglas e as autoridades que estão ali para prestar apoio partidário. E tudo se transforma em um circo eleitoral de discursos seguidos de gritos, aplausos e bandeiradas.
>
> Está tudo dentro do jogo democrático, mas em termos de consciência política há uma verdadeira aberração em que historicamente os partidos decidem entre quatro paredes, entre conchavos e jantares, restando ao povo ser cooptado para ir aplaudir e gritar durante a convenção para abonar o que os donos da política já decidiram. E assim se faz a política brasileira.

6. IMPLICAÇÕES ÉTICAS E JURÍDICAS

Do ponto de vista ético, o astroturfing representa uma ameaça à autenticidade do debate público. Rezende (2021) classifica essa prática como uma forma de violência simbólica que mina a confiança nas instituições democráticas e levanta sérias preocupações ao comprometer a seriedade, veracidade e transparência do processo eleitoral. Ele manipula a opinião pública e enfraquece a confiança nas instituições democráticas.

Juridicamente, Batista (2022) destaca que a legislação brasileira ainda carece de mecanismos eficazes para identificar e punir o uso de *astroturfing*, especialmente quando disfarçado de engajamento espontâneo nas redes sociais.

7. ESTUDOS DE CASOS E EVIDÊNCIAS

Tânia Teixeira Pinto, no artigo "A batalha das narrativas: lições do caso Lively versus Baldoni na formação da opinião pública na era digital" afirma:

> Após assistir ao documentário "Lively vs Baldoni: Escândalo em Hollywood", disponível no Brasil pela HBO Max desde 26 de julho de 2025, fica impossível não refletir sobre como se formam hoje as opiniões sobre artistas e celebridades. O filme reconstrói um conflito que extrapola os limites de um set de filmagem e expõe algo maior: a guerra invisível das narrativas digitais. (...) Padrão recorrente em campanhas de *astroturfing*: articuladores criam discussões em fóruns, mobilizam influenciadores e perfis falsos e amplificam conteúdos negativos até que esses temas sejam repercutidos pela imprensa como se fossem manifestações espontâneas. Essa lógica foi vista em diversos casos. Em 2013, por exemplo, a Samsung foi multada pela Comissão de Comércio de Taiwan após pagar estudantes para publicar cerca de 4 000 comentários falsos atacando o smartphone HTC One e elogiando aparelhos da própria marca; a prática resultou em multa de US$ 340 000. Já nas eleições alemãs de fevereiro de 2025, uma análise da plataforma Visibrain detectou uma operação coordenada em que 33 000 contas extremamente ativas e outras 6 398 contas que postavam mais de 100 mensagens por dia disseminavam mensagens alinhadas ao partido AfD (Alternativa para a Alemanha é um partido político alemão populista de extrema-direita) e a perfis como o de Elon Musk. Esses números fugiam completamente do comportamento de usuários comuns e foram interpretados como indício de *astroturfing* destinado a influenciar o debate eleitoral. Esses exemplos ilustram como esse tipo de campanha cria uma falsa impressão de apoio ou rejeição e reforçam a necessidade de olhar criticamente para narrativas que se espalham de forma súbita nas redes sociais.

Batista (2022) analisa casos em que o *astroturfing* foi utilizado para manipular o fluxo informativo durante pré-campanhas, influenciando diretamente a escolha de candidatos em convenções partidárias.

Matos e Persigo (2022) também relatam episódios em que métricas infladas de engajamento digital foram utilizadas como argumento para legitimar candidaturas internas.

Diversos casos, tanto reais quanto hipotéticos, ilustram o uso do *astroturfing* em pré-campanhas. Em alguns episódios, candidatos conseguiram mobilizar dirigentes partidários com base em métricas infladas de engajamento nas redes sociais.Esses exemplos demonstram como a percepção de apoio pode ser manipulada e utilizada como moeda de troca nas negociações internas dos partidos.

Sobre as técnicas utilizadas no *astroturfing* encontramos os seguintes registros:

> O uso de uma ou mais organizações de fachada é uma técnica de *astroturfing*. Tipicamente, esses grupos se apresentam como se fossem de interesse público, embora estejam na realidade trabalhando em nome de um patrocinador político ou corporativo. Eles podem se opor a legislações e ao consenso científico – que estejam prejudicando os negócios do patrocinador – ao enfatizarem pontos de

vistas minoritários, instilando dúvidas e publicando reivindicações de especialistas patrocinados por empresas. *Blogs falsos* também podem ser criados para parecer que foram escritos por consumidores, quando na verdade são controlados por interesses políticos ou comerciais. Alguns movimentos políticos têm fornecido incentivos para que membros do público enviem mensagens para o editor de seus jornais locais, geralmente utilizando um modelo já preparado para "copiar e colar", que é publicado em dezenas de veículos.

Outra técnica se dá por meio da utilização de *sockpuppets*, na qual uma única pessoa cria múltiplas identidades online para simular um amplo apoio popular. Sob identidades falsas, os *sockpuppets* podem postar resenhas positivas sobre um produto, atacar participantes que critiquem a organização, ou postar resenhas e comentários negativos sobre concorrentes. Empresas de *astroturfing* têm a possibilidade de pagar os seus funcionários baseando-se no número de postagens que eles fazem e que não sejam sinalizadas por moderadores. O software de gerenciamento de perfis também pode ser usado. Assim, cada comentarista pago é capaz de controlar de cinco até setenta perfis online convincentes, sem deixar seus operadores confusos.

Empresas farmacêuticas podem patrocinar grupos de apoio ao paciente e, simultaneamente, persuadi-los a ajudarem a comercializar os seus produtos. Blogueiros que recebem produtos grátis, viagens pagas ou outras acomodações também podem caracterizar *astroturfing*, caso esses presentes não forem revelados ao leitor. Analistas também podem ser praticantes dessa atividade, pois eles muitas vezes ocultam seus próprios clientes sem divulgar as suas conexões financeiras.

https://pt.wikipedia.org/wiki/Astroturfing#:~:text=O%20an%C3%BAncio%20foi%20projetado%20para,%C3%A9%20um%20caso%20de%20astroturfing.

8. RISCOS À LEGITIMIDADE DO PROCESSO ELEITORAL

O *astroturfing* compromete a formação da vontade popular ao substituir o debate público por campanhas artificiais de convencimento. Esse fenômeno contribui para o descrédito das instituições e para o aumento da polarização política.

O uso indiscriminado do a*stroturfing* representa um risco à legitimidade do processo eleitoral, pois interfere na livre formação da vontade popular. Ele pode levar à escolha de candidatos com base em popularidade fabricada, em detrimento de propostas e trajetórias políticas consistentes. Além disso, contribui para o descrédito das instituições e para o aumento da polarização política.

9. PROPOSTAS DE REGULAÇÃO E TRANSPARÊNCIA

Matos e Persigo (2022) propõem a criação de mecanismos de auditoria digital que permitam identificar campanhas de *astroturfing* e responsabilizar seus autores. Batista (2022) sugere que a Justiça Eleitoral desenvolva protocolos específicos para monitorar o uso de bots e perfis falsos durante o período pré-eleitoral.

Para mitigar os efeitos do *astroturfing*, é necessário fortalecer os mecanismos de regulação e transparência. Isso inclui a exigência de identificação de conteúdos patrocinados, a responsabilização de plataformas digitais e a fiscalização mais rigorosa por parte da Justiça Eleitoral. A sociedade civil também desempenha um papel fundamental na denúncia e no combate a essas práticas, promovendo a educação midiática e o engajamento cívico.

Majoritariamente as legislações se incumbem de proibir técnicas de *astroturfing* nas relações de consumo. No Brasil, a Lei nº 8.078/90 – Código de Defesa do Consumidor – incrimina a publicidade abusiva ou enganosa. (arts. 37, 67 e 68).

No âmbito eleitoral, a Resolução TSE nº 23.732, DE 27 DE FEVEREIRO DE 2024, definiu minuciosamente regras para a propaganda eleitoral, inclusive através do uso das ferramentas tecnológicas mais modernas. Houve preocupação com o período da pré-campanha de filiados aos partidos políticos que pretendam submeter suas candidaturas ao crivo das convenções partidárias nos seguintes termos:

> Art. 3º-B. O impulsionamento pago de conteúdo político-eleitoral relacionado aos atos previstos no caput e nos incisos do art. 3º desta Resolução somente é permitido durante a **pré-campanha** quando cumpridos cumulativamente os seguintes requisitos:
>
> I - o serviço seja contratado por partido político ou pela pessoa natural que pretenda se candidatar diretamente com o provedor de aplicação;
>
> II - não haja pedido explícito de voto;
>
> III - os gastos sejam moderados, proporcionais e transparentes;
>
> IV - sejam observadas as regras aplicáveis ao impulsionamento durante a campanha." (NR)
>
> "Art. 3º-C. A veiculação de conteúdo político-eleitoral **em período que não seja o de campanha eleitoral** se sujeita às regras de transparência previstas no art. 27-A desta Resolução e de uso de tecnologias digitais previstas nos arts. 9º-B, caput e parágrafos, e 9º-C desta Resolução, que deverão ser cumpridas, no que lhes couber, pelos provedores de aplicação e pelas pessoas e entidades responsáveis pela criação e divulgação do conteúdo. (NR)

Entretanto, o uso de ferramentas para a criação de uma falsa popularidade que possa ter reflexos políticos continua dependendo de uma regulamentação que ultrapassa os limites do poder normativo da Justiça Eleitoral e se insere no complexo debate sobre a liberdade de expressão e a formação da opinião pública.

CONCLUSÃO

Torna-se evidente a necessidade de regulamentação mais rigorosa e de maior conscientização pública sobre os riscos do *astroturfing*. A integridade do processo eleitoral depende da autenticidade das manifestações políticas. O combate ao astroturfing deve ser uma prioridade para preservar a legitimidade democrática e a confiança nas instituições.

O *astroturfing*, embora não seja uma prática nova, como prova Shakespeare, ganhou novas formas e impactos com a digitalização da política. Seu uso por pré-candidatos como estratégia de pressão nas convenções partidárias representa um desafio à democracia representativa. É fundamental que o sistema político e a sociedade estejam atentos a essas dinâmicas, buscando formas de garantir a autenticidade do processo eleitoral e a integridade das instituições democráticas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FERNANDES, S. **A comunicação política na campanha para as eleições autárquicas de 2013 e 2017: o caso de Guimarães**. pdf—Universidade do Minho: [s.n.].

GIOVANELLI, L. **O fenômeno do astroturfing segundo líderes de opinião das relações públicas brasileiras.**pdf—UFSM: [s.n.]. GIOVANELLI, Letícia. Relações Públicas e Astroturfing na perspectiva relacional. Disponível em: GOMES, W. Transformações da política na era da comunicação de massa. [s.l.] Pia Sociedade de São Paulo - Editora Paulus, 2014.

GOMES, W. **Internet e a participação política em sociedades democráticas**. Disponível em: LEVY, C. A máquina oculta de propaganda do iFood. Disponível em: . KOVIC, M. et al. Digital astroturfing in politics: Definition, typology, and countermeasures. Studies in Communication Sciences, v. 18, n. 1, p. 69–8569–85, 14 nov. 2018.

PERSIGO, Patricia Milano e MATOS, Renata Mattana **Reflexões sobre o Astroturfing e as eleições de 2022** - Renata Mattana de Matos. .docx

REZENDE, Heitor Pinheiro. **Astroturfing e a violência dos memes na Política do Brasil** https://bibliotecadigital.tse.jus.br/server/api/core/bitstreams/12f49b67-7a51-4e8c-9514-689ed76202e7/content

SILVA, Daniel Reis. **O astroturfing como um processo comunicativo: a manifestação de um público simulado, a mobilização de públicos e as lógicas de influência na opinião pública**. 2013. 204 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação Social, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2013. Disponível em: Acesso em: 12 abr. 2023. Tribunal Superior Eleitoral. Disponível em:

WOLTON, Dominique. **Uma teoria política da comunicação**. Paulus: Revista de Comunicação da FAPCOM, [S.L.], v. 6, n. 11, p. 1-11, 16 set. 2022. Semanal. Disponível em: https://fapcom.edu.br/revista/index.php/revista-paulus/article/view/608. Acesso em: 28 jan. 2023.

GOMES, Leandro Souza dos Santos **A possibilidade de liberação das candidaturas independentes pelo STF: uma análise a partir do RE 1.238.853**/RJ disponível em 202007291648_arq_157675.pdf consulta em 19.08.2025

PINTO, Tânia Teixeira **"A batalha das narrativas: lições do caso Lively versus Baldoni na formação da opinião pública na era digital"** https://ufsm.br/r-880-497

REIS, Felipe dos Santos, COSTA, Cleverson Paulo Santana **CANDIDATURA AVULSA: A VIABILIDADE JURÍDICA NO BRASIL**

SOUZA, **Jessé Convenções partidárias e o jogo do poder entre os que dão as ordens e os que aplaudem** - Folha BV.