
Logica algoritmos e redes sociais em processos eleitorais: um levantamento bibliográfico¹

Lucas Alves do NASCIMENTO²
Gabriel Del' Arco Vinhas COSTA³
Cláudia Regina Dantas ARAGÃO⁴
Universidade do Estado da Bahia - UNEB

Resumo

Este artigo apresenta uma análise da produção científica recente acerca do papel dos algoritmos das redes sociais nos processos eleitorais. A partir de um levantamento no Portal de Periódicos da CAPES no período (2020-2024). Constatou-se uma crescente abordagem acadêmica sobre os impactos sociais dos algoritmos. No entanto, a pesquisa identificou que a literatura revisada estabelece pouca correlação direta com a decisão do voto ou a integridade democrática, além de não se aprofundar na proposição de soluções práticas para as questões levantadas.

Palavra-chave: Algoritmos, redes sociais, processos eleitorais, democracia.

Introdução

As redes sociais modificaram de forma significativa a maneira como ocorre a comunicação política e como se dá o comportamento eleitoral, mudando as formas de disseminação de informações e a interação dos cidadãos com os debates públicos. Esse fenômeno ocorre através de sistemas algorítmicos que selecionam, organizam e promovem conteúdos de acordo com critérios que nem sempre são claros, muitas vezes direcionados por interesses comerciais ou visando maior engajamento dos usuários. A atuação dos algoritmos, ao determinar o que é visualizado, compartilhado e destacado, pode impactar tanto as escolhas eleitorais quanto a profundidade do discurso político. Isso acaba gerando preocupações sobre a possível influência negativa no funcionamento da democracia.

No campo acadêmico, estudos recentes têm abordado os impactos dessas práticas e estruturas, explorando a utilização das redes sociais nas estratégias de conteúdos nas

¹ Trabalho apresentado na IJ06 – Interfaces Comunicacionais, da Intercom Júnior – XX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Relações Públicas da UNEB, e-mail: lucas.mprecisao@gmail.com

³ Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Relações Públicas da UNEB, e-mail: bielvinhas@gmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Professora Dra. do Curso de Relações Públicas da UNEB, e-mail: caragao@uneb.br

campanhas eleitorais e a abrangência das fake news em eleições. No entanto, é válido analisar o tema pela perspectiva da relação do algoritmo, visibilidade de conteúdos políticos e a segurança da democracia.

Este trabalho tem como objetivo principal analisar a produção científica acerca dos impactos das práticas e estruturas algorítmicas das redes sociais na dinâmica dos processos eleitorais. De modo específico, busca-se sistematizar os estudos que discutem o papel das redes sociais e algoritmos em eleições recentes, identificar como a visibilidade e priorização de conteúdos políticos têm sido abordadas pela literatura e verificar de que forma os algoritmos afetam a polarização política e a formação de opinião durante os processos eleitorais.

Para tanto, realiza-se uma pesquisa bibliográfica de caráter exploratório, analisando contribuições teóricas relacionadas ao tema. A busca se deu no Portal de Periódicos da CAPES, tendo utilizado como balizadores: o período dos anos de 2020 a 2024; somente artigos que tenham sido revisados por pares e em língua portuguesa. O estudo se apoia em autores como Pariser (2012), Silveira (2021), Lemos (2021) e Fisher (2022), cujas obras oferecem subsídios para compreender as implicações sociais, políticas e éticas das redes sociais e seus algoritmos nos processos eleitorais contemporâneos.

Compreendendo a lógica algorítmica das redes sociais

As redes sociais online (Facebook, Instagram, Twitter, etc.) utilizam dos algoritmos para, com o argumento de personalização para o usuário, cumprir uma função filtrante ou direcionadora dos conteúdos (Barreto e Pellizzari, 2019). Nessas plataformas, as informações que são publicadas não chegam aos usuários de modo uniforme, pelo contrário, são, internamente e por decisão dos algoritmos, fragmentadas com base em gostos e predileções de cada um, a partir de dados previamente coletados. Para esse fenômeno Eli Pariser (2012) cunhou o termo “filtro invisível”, em seu livro com mesmo nome, o autor critica essa ideia de “personalização” que as redes sociais fazem propaganda.

Embora ofereça soluções primárias ao indivíduo, ao fornecer conteúdos com maior probabilidade de satisfazer, essa personalização algorítmica pode produzir consequências negativas significativas para a sociedade. Pariser (2012) argumenta que os filtros invisíveis limitam a diversidade de informações às quais os usuários são expostos,

criando bolhas informacionais. Quando analisou o algoritmo da rede social Facebook, o autor identificou que, a partir das curtidas e compartilhamentos que são feitas aos conteúdos, ocorre um reordenamento das informações que poderão aparecer para usuário A e não para usuário B. Dessa forma, a rentabilidade para anúncios na rede social se torna mais eficiente. Ou seja, quanto maior a capacidade de ofertar informação, embora fragmentada, pessoalmente de interesse, mais lucrativo será para os anunciantes nas plataformas como Instagram e Facebook. A personalização algorítmica, portanto, favorece interesses particulares, sejam eles os dos usuários ou das plataformas, e sacrificam os da sociedade.

Estudiosos desse algoritmo de seleção de conteúdo apontam para um caminho em comum: as redes sociais estão favorecendo conteúdos que engajam emocionalmente. Nesse sentido, Fisher (2022) argumenta que esses algoritmos, frequentemente, promovem de forma sistemática ideias e teorias da conspiração que estão alinhadas a perspectivas extremistas e contrárias aos princípios democráticos. Em seu livro, “A máquina do caos”, o autor ao analisar o crescimento de pessoas que propagam discursos antivacinas no Facebook, aponta que o fator que impulsionava as forças conspiratórias era que as plataformas sociais concluíram que, esse discurso conspiratório, iria maximizar a movimentação dos usuários na internet, fazendo a empresa lucrar mais. A saúde coletiva, portanto, passou a ser ameaçada por interesses privados das plataformas, por intermédio dos seus algoritmos de recomendação de conteúdo.

O processo eleitoral também tem sido influenciado pela lógica algorítmica das redes sociais. Além de uma grande parcela de eleitores serem usuários de pelo menos uma das cinco principais comunidades virtuais (Facebook, WhatsApp, Instagram, X e TikTok), essas redes digitais estão presentes em todas as campanhas competitivas, desempenhando um papel central nas estratégias de comunicação e na captação de votos. Sendo assim, as empresas que controlam essas plataformas passam a ter responsabilidade quanto à segurança dos processos institucionais e da democracia

O processo eleitoral sob a vigência dos algoritmos

A Pelo que se tem de registro a primeira campanha eleitoral em que as redes sociais tiveram papel relevante de influenciar a vitória de um candidato foi a de Barack Obama em 2008, primeiro negro presidente dos Estados Unidos. No ambiente digital, a equipe do candidato conseguiu explorar o carisma de Obama com maior tempo do que

seria possível na TV ou rádio. Visto que, nos EUA, as campanhas nas mídias tradicionais exigem grandes quantias de dinheiro. O uso das mídias sociais possibilitou que essa barreira econômica fosse rompida e a mensagem “Yes, We Can” alcançasse de maneira ampla os americanos com acesso à internet. Sendo assim, a campanha de Obama em 2008 marcou um divisor na história das campanhas eleitorais ao utilizar as mídias sociais de forma inovadora e estratégica.

No Brasil, a campanha vitoriosa do ex-presidente Jair Bolsonaro se tornou símbolo de como as redes sociais podem ser utilizadas para influenciar as eleições. A coligação Brasil Acima de Tudo, Deus Acima de Todos (PSL e PRTB), encabeçada por Bolsonaro, tinha apenas oito segundos no horário eleitoral e 11 inserções. Para comparação, o outro candidato que foi ao segundo turno, Fernando Haddad do PT, somava dois minutos e 23 segundos no horário eleitoral e 189 inserções do horário eleitoral. No entanto, Jair Bolsonaro conseguiu superar a significativa desvantagem na mídia tradicional, ficando com primeiro lugar e indo ao segundo turno com 55,13% dos votos (Resultado da apuração de 2º turno para presidente das Eleições 2018. G1), ao se apoiar nas mídias digitais, com destaque para o Twitter. Sua campanha explorou os recursos proporcionados pela lógica das redes sociais para amplificar seu discurso, focando em aspectos emocionais que buscavam se alinhar às insatisfações populares. Essa abordagem não apenas contribuiu para o alto engajamento dos conteúdos, mas também sustentou um ciclo de retroalimentação dentro da dinâmica algorítmica das plataformas.

Lemos (2021) destaca que, embora no mundo analógico já existam processos de curadoria há bastante tempo para facilitar a tomada de decisões, a lógica digital, por sua vez, regrediu ao transformar essa estratégia em "um demônio invisível, opaco, no meio do sistema, filtrando, redirecionando ou influenciando nossas ações". As plataformas que operam com algoritmos coletam uma grande quantidade de dados de seus usuários, mas carecem de transparência quanto à forma como essas informações são utilizadas. “A construção da democracia reivindica a transparência do poder das instituições e dos mecanismos fundamentais” (SILVEIRA, 2019, p. 68). Assim, embora os algoritmos ofereçam soluções positivas, é essencial considerar as implicações do seu uso à segurança e continuidade da democracia representativa.

Produção científica acerca da influência dos algoritmos das redes sociais nas eleições: 2020-2024

Para a realização deste levantamento bibliográfico, foi definida uma metodologia sistemática de busca no Portal de Periódicos da CAPES, abrangendo o período de 2020 a 2024. Foram utilizados descritores-chave previamente definidos: "Algoritmos e comportamento eleitoral", "Algoritmos e democracia", "Algoritmos e eleições", "Algoritmo e polarização", "Algoritmo e redes sociais", "Polarização algorítmica", "Priorização de conteúdos políticos" e "Redes sociais e eleição". As buscas foram realizadas em títulos, resumos e palavras-chave dos artigos. Além disso, aplicaram-se filtros para selecionar apenas publicações em periódicos revisados por pares, em português, inglês e espanhol.

Os artigos identificados foram analisados quanto ao ano de publicação, periódico, área de concentração, metodologia utilizada e principais conclusões relacionadas ao impacto dos algoritmos nas dinâmicas eleitorais. O processo de triagem incluiu a leitura dos resumos, das considerações finais e, quando necessário, dos textos completos, para assegurar a relevância e aderência ao tema da pesquisa. Como resultado, foram selecionados 14 trabalhos, cuja relação detalhada é apresentada na Tabela 1.

Tabela 1 - Relação de trabalhos com os termos requeridos

Título	Autoria	Periódico	Ano
Inteligência artificial e democracia: os algoritmos podem influenciar uma campanha eleitoral?	Luziane de Figueiredo Simão Leal, José Filomeno de Moraes Filho,	Journal Of Digital Law	2020
Os impactos para a cidadania da relação entre democracia e inteligência artificial e a contribuição de Donna Haraway	Juliana Alice Fernandes Gonçalves	Journal Of Digital Law	2022
Atuação de algoritmos no direcionamento de conteúdo na internet	Luiza Berger von Ende, Rafael Santos de Oliveira,	Revista Ilustração	2021
O mito da democracia digital no Brasil	Tassia Teixeira de Freitas Bianco Erbano Cavalli, Charles Emanuel Parchen, Cinthia Obladen de	Direito E Desenvolvimento	2021

	Almendra Freitas		
Exercício Democrático no Século XXI Sob a Influência dos Algoritmos	José Everton da Silva, Matheus de Andrade Branco, Marcos Vinícius de Souza	Resenha Eleitoral	2021
Algoritmos, bolha informacional e mídias sociais: desafios para as eleições na era da sociedade da informação	Clara Bonaparte Pedrosa, José Alfredo de Oliveira Baracho Júnior,	Revista Thesis Juris	2021
A conveniência dos algoritmos	Ruth Reis, Daniela Zanetti, Luciano Frizzera,	Revista Compolítica	2020
Algoritmos, inteligência artificial e novas formas de “fazer política”	Elísio Augusto Velloso Bastos, Fernanda Farias Figueiredo, João Victor Lima de Abreu Couto,	Revista Direito e Justiça	2021
Campanhas políticas em tempos de hiperpolítica: um ensaio sobre Peter Sloterdijk e a campanha de 2018	Igor Fediczko Silva, Rafael de Paula Aguiar Araújo,	Ponto e Vírgula	2020
Democracia algorítmica e poder de polícia estatal: a regulação de fake news no Brasil sob o prisma do direito administrativo ordenador	Otávio Martins Finger, Isabel Christine Silva de Gregori,	Revista de Direito Administrativo & Constitucional	2023
Bolhas sociais na era da sociedade da informação e governança na internet: educação para o combate das fake news	Jessica Conte da Silva, Idir Canzi,	Revista de direito, governança e novas tecnologias	2023
Redes Sociais e a Psicologia das Massas	Cristian Arão	Revista de filosofia moderna e contemporânea	2021
Fake News e o Comportamento Online dos Eleitores nas Redes Sociais Durante a Campanha Presidencial Brasileira de 2018	João Henriques de Sousa Júnior, Martin de La Martinière Petroll, Rudimar Antunes da Rocha,	Revista de Ciencias da Administração	2023

Crise política e redes sociais nas eleições de 2016: estudo de caso sobre o uso de Facebook por uma candidatura em Fortaleza (CE)	Alexandr� Barbalho,	Vozes e Diálogo	2020
---	---------------------	-----------------	------

Dos trabalhos analisados, seis destacam a manipulação da opinião pública com uma das principais consequências da utilização de algoritmos em campanhas eleitorais. Os estudos apontam que as plataformas digitais, ao utilizarem dados pessoais para direcionar conteúdos, podem criar realidades informacionais segmentadas, comprometendo a transparência necessária para o debate público.

Os autores em geral demonstram que os algoritmos priorizam conteúdos que geram engajamento, o que frequentemente resulta no reforço da desinformação e do discurso de ódio. A ausência de transparência sobre o funcionamento desses algoritmos é apontada como um fator que agrava os impactos negativos no debate público. Nesse contexto, o artigo “Algoritmos, inteligência artificial e novas formas de “fazer política” (Bastos, Figueiredo e Couto, 2021) argumenta que ferramentas como fakes news e bots são amplamente utilizadas para manipular a percepção pública, alavancadas por essa lógica algorítmica.

O conceito de “bolhas informacionais”, abordado em “Algoritmos, Bolha Informacional e M dias Sociais: Desafios para as Eleições na Era da Sociedade da Informação” (Fisher, 2022), reforça a preocupação com o isolamento cognitivo dos eleitores. Nessas bolhas, os usuários têm acesso restrito a informações que confirmam suas crenças prévias, perpetuando visões distorcidas e limitando a liberdade de formação de opinião.

Três estudos analisam como os algoritmos das plataformas digitais moldam as dinâmicas eleitorais, favorecendo discursos conservadores e a disseminação de fake news. De acordo com os autores, esses mecanismos exerceram influência significativa em eleições recentes, como as realizadas no Brasil e nos Estados Unidos. O artigo intitulado “Inteligência Artificial e Democracia: Os Algoritmos Podem Influenciar uma Campanha Eleitoral?” (Simão e Moraes, 2020) examina de que forma os algoritmos, aliados   inteligência artificial, possibilitaram que campanhas eleitorais manipulassem o comportamento dos eleitores por meio de discursos segmentados e potencialmente distorcidos.

Entre os artigos analisados, nove dos quatorze, abordam de maneira direta ou indireta, a questão da visibilidade e priorização de conteúdos políticos nas plataformas digitais. A discussão predominante explora como os algoritmos influenciam o acesso à informação, gerando limitação à pluralidade e reforçando vieses já existentes nos usuários. Nesse sentido, as principais questões abordadas foram: 1) Impactos dos algoritmos na democracia e cidadania; 2) Efeitos sobre a informação e o debate público; e 3) A polarização e radicalização da política. No entanto, um ponto crucial identificado nesta revisão é a ausência de um olhar aprofundado sobre os mecanismos algorítmicos em si – ou seja, como a tecnologia, em sua especificidade, prioriza e limita determinados conteúdos – e, mais significativamente, sobre a forma como essa mediação algorítmica influencia diretamente a decisão para o voto dos eleitores.

Outro aspecto relevante da seleção de trabalhos é a notável predominância das publicações em revistas acadêmicas voltadas ao campo do Direito, em contraste com a ausência de artigos em revistas com foco nas áreas das Comunicações. Embora a abordagem jurídica seja fundamental para pensar mecanismos regulatórios necessários ao combate da desinformação e à garantia da transparência, essa concentração disciplinar limita a abordagem interdisciplinar essencial para uma compreensão completa do real impacto da mediação algorítmica nos processos institucionais e na dinâmica da democracia contemporânea.

Assim, embora os estudos analisados ofereçam contribuições relevantes ao debate sobre o tema, eles não se aprofundam na proposição ou análise de soluções efetivas para mitigar as problemáticas identificadas. Para avançar nessa discussão, torna-se essencial explorar de forma mais ampla e detalhada experiências práticas relacionadas à transparência das plataformas digitais, como a implementação de auditorias independentes e a obrigatoriedade de relatórios detalhados sobre os algoritmos utilizados.

Considerações Finais

Embora a produção acadêmica sobre o impacto dos algoritmos e das redes sociais na sociedade esteja em constante expansão, os estudos que se dedicam a investigar de forma sistemática as relações entre esses fenômenos, o processo eleitoral e a segurança da democracia ainda são limitados. Com base nos trabalhos analisados neste levantamento, observa-se que o debate se concentra, sobretudo, na influência dos

algoritmos na formação da opinião pública, nos efeitos das bolhas informacionais e no uso de fake news e bots como instrumentos de manipulação eleitoral.

Os autores convergem ao identificar que o mecanismo de priorização algorítmica favorece conteúdos com maior potencial de engajamento, reforçando uma lógica econômica das plataformas que prioriza o lucro em detrimento da qualidade do debate público. Essa dinâmica, marcada pela opacidade dos critérios de funcionamento dos algoritmos, contribui para desinformação, da polarização e da radicalização política, ao mesmo tempo em que limita a pluralidade de vozes na esfera pública.

Embora os estudos recuperem e articulem conceitos fundamentais relacionados à democracia, comunicação e tecnologias digitais, o levantamento evidencia uma lacuna no aprofundamento técnico sobre os próprios mecanismos algorítmicos e suas implicações no comportamento eleitoral. Além disso, a predominância de publicações na área do Direito, em detrimento de abordagens interdisciplinares que incluam Comunicação, Ciência da Computação e Ciência Política, limita a compreensão abrangente do fenômeno.

Diante disso, torna-se essencial que futuras pesquisas avancem no desenvolvimento e análise de soluções práticas e políticas públicas capazes de mitigar os efeitos adversos da mediação algorítmica. Iniciativas como auditorias independentes, relatórios detalhados sobre o funcionamento dos algoritmos e propostas regulatórias mais robustas são caminhos promissores para promover maior transparência, responsabilidade e pluralidade no ambiente digital, contribuindo para fortalecer os processos democráticos.

Referências

BARRETO, Irineu Francisco; PELLIZZARI, Bruno Henrique. **Bolhas Sociais e seus efeitos na Sociedade da Informação: ditadura do algoritmo e entropia na Internet**. Revista de Direito, Governança e Novas Tecnologias, Florianópolis, Brasil, v. 5, n. 2, p. 57–73, 2019. Disponível em: <<https://www.indexlaw.org/index.php/revistadgnt/article/view/5856>>. Acesso em: 22 jun. 2025.

FISHER, Max. **A máquina do caos: como as redes sociais reprogramaram nossa mente e nosso mundo**. São Paulo: Todavia, 2022

LEMONS, André. **A tecnologia é um vírus: pandemia e cultura digital**. Porto Alegre: Sulina, 2021

PARISER, Eli. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012

PAULO, Lucas Moreschi. **Opacidade dos algoritmos e a necessidade de transparência: garantindo explicabilidade.** Disponível em: <https://online.unisc.br/acadnet/anais/index.php/sidspp/article/view/23632>. Acesso em: 22 jun. 2025.

Portal periodicos. CAPES - Portal .periodicos. CAPES. Portal de Periódicos da CAPES. Disponível em: <<https://www.periodicos.capes.gov.br/>>. Acesso em: 20 maio. 2025.

Resultado da apuração de 2º turno para presidente das Eleições 2018. G1. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/apuracao/presidente.ghml>>. Acesso em: 20 maio. 2025.

SILVEIRA, Sergio Amadeu. **Democracia e os Códigos invisíveis:** como os algoritmos estão modulando comportamentos e escolhas políticas. São Paulo: Sesc, 2019.

TSE. TSE apresenta tempos de rádio e TV de presidencialíveis. Agência Brasil. Disponível em: <<https://agenciabrasil.etc.com.br/politica/noticia/2018-08/tse-apresenta-tempos-de-radio-e-tv-de-presidenciais>>. Acesso em: 18 maio. 2025