

Poder online x poder offline

likes aprovam PL?

Saiba mais!





Poder online x poder offline: *likes aprovam PL?*

Em tempos em que influencers e youtubers conquistam mandatos eletivos e posts de parlamentares chegam a milhões de visualizações, o poder de influência dos políticos se estende além das redes sociais? Depois de eleitos, de que forma esses perfis atuam como legisladores? Qual avaliação quantitativa e qualitativa da atividade legislativa é possível ser feita?

Do lado offline, algo mudou nos corredores da Câmara e do Senado, com o boom digital? O desempenho nas plataformas passou a ser uma ferramenta eleitoral chave nas últimas disputas, mas qual impacto na atividade legislativa? Esse documento busca analisar o poder online e offline dos parlamentares, com foco no Congresso Nacional, e como as duas esferas se relacionam.

Das redes de apoio às redes sociais

As redes sociais mudaram a política, e mudaram de vez. Mais do que ferramentas de comunicação, elas se tornaram protagonistas, especialmente na disputa eleitoral. Reconfiguraram campanhas, transformaram a forma de conquistar apoio, embaralharam as narrativas e criaram novas formas de ocupar espaço no jogo institucional.

Antes, o caminho era menos diverso. Partidos, sindicatos e grandes veículos de mídia concentravam a influência sobre quem tinha voz. Hoje, qualquer um com domínio dos algoritmos pode furar essa fila, ainda que a definição de candidatos continue nas mãos das legendas. A comunicação passou a ser direta, veloz e descentralizada. E isso virou regra em uma sociedade cada vez mais conectada.

Em 2023, 88% da população brasileira com 10 anos ou mais estava conectada à internet, segundo o IBGE. Boa parte do uso é concentrado nas redes sociais. O Brasil ocupa o 3º lugar no mundo em tempo médio diário de uso dessas plataformas, de acordo com [Data Report 2025](#) e 81% dos brasileiros usam alguma rede social diariamente, segundo [pesquisa](#) apoiada pelo MCTI e pelo Ipea.

Entre as plataformas, o Instagram se destaca não só como uma das mais populares no Brasil - com 141 milhões de usuários, segundo o Data Report 2025 - como também por seu crescimento consistente entre as maiores, de 4,5% no último ano. Ainda segundo o relatório, foram identificados 144 milhões de usuários ativos na rede. O YouTube reúne 144 milhões de usuários, seguido pelo Facebook (112 milhões) e pelo TikTok (91,7 milhões).



continua o pensamento no próximo quadro

**PARA O
LADO**

Mais do que um ambiente para comunicação e entretenimento, o mundo digital se tornou um espaço para o debate público: entre 25% e 30% dos jovens de 16 a 24 anos consideram essencial discutir política nas redes para a formação de suas opiniões, de acordo com a pesquisa “Influenciadores, jovens e política na América Latina”, do InternetLab.

Em 2019, quase metade (45%) dos brasileiros afirmaram decidir seu voto com base em conteúdos vistos nas redes sociais, sendo o WhatsApp a principal fonte de informação (79%).

O aplicativo - presente em 98% dos smartphones brasileiros - foi uma das ferramentas essenciais para eleição presidencial de **Jair Bolsonaro** em 2018, quando contava com apenas 8 segundos de propaganda no rádio e na televisão pelo PSL, seu partido à época..





Eleições online e a resposta da Justiça Eleitoral

Desde então, o uso do digital nas campanhas foi exponencial. Em 2022, 45% dos candidatos declararam o uso de redes sociais à Justiça Eleitoral, quase o dobro dos 25% registrados em 2020.

Nas eleições de 2024, quando o influenciador digital **Pablo Marçal (PRTB)** agitou a disputa à Prefeitura de São Paulo, ao menos R\$ 170 milhões foram gastos pelos candidatos com impulsionamento de conteúdos nas redes, um aumento de 57% em relação a 2020, segundo levantamento da Nexus. A estratégia foi usada por quase um terço (27%) dos que disputaram o Executivo municipal.

Com o avanço do uso do digital na política - e da disseminação de informações falsas - a Justiça Eleitoral tem buscado estabelecer limites nas regras do jogo. A Resolução nº 23.610 do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), publicada em 2019, foi o primeiro grande marco regulatório focado na organização da propaganda eleitoral com o olhar voltado para o ambiente digital.

Ela prevê o uso de redes sociais incluindo apps de mensagens instantâneas como formas de propaganda eleitoral e veda o disparo em massa de conteúdo sem autorização prévia. A resolução também inclui o ambiente digital no direito de resposta e busca evitar a disseminação de fake news. O foco era evitar abuso de poder econômico, garantir igualdade de oportunidades e coibir a desinformação.

Cinco anos depois, a necessidade de atualização ficou gritante. Em resposta aos avanços tecnológicos e ao uso crescente da inteligência artificial nas propagandas eleitorais, o TSE publicou a **Resolução nº 23.732/2024**. O recado foi claro: deepfakes estão proibidas. O uso de IA, quando ocorrer, precisa ser declarado de forma visível. Robôs não podem simular conversas com candidatos.

Essa resolução não só atualizou os mecanismos de controle sobre o conteúdo veiculado online, como também reforçou o papel das plataformas de internet. Agora, provedores têm **responsabilidade solidária**: se não removerem conteúdos ilegais após notificação — mesmo sem ordem judicial — podem ser responsabilizados civil e administrativamente. A Justiça Eleitoral ainda pode obrigar-los a impulsionar gratuitamente conteúdo corretivo, desmentindo fake news na mesma proporção da desinformação original.



No coração de todas essas normas está a **Lei nº 9.504/1997**, a chamada **Lei das Eleições**. Ela estabelece a estrutura legal para a propaganda eleitoral e foi sendo emendada ao longo do tempo para acompanhar o ambiente digital. Entre os artigos mais relevantes estão:

- **Art. 57-A:** Libera propaganda na internet a partir de 15 de agosto do ano da eleição.
- **Art. 57-B:** Detalha o uso permitido da internet: sites de candidatos (com hospedagem nacional), e-mails para eleitores cadastrados, postagens orgânicas em redes sociais, blogs e aplicativos de mensagens. Impulsionamento só é permitido por partidos e candidatos.
- **Art. 57-C:** Proíbe propaganda paga, exceto o impulsionamento identificado e moderado, com multas que vão de R\$ 5 mil a R\$ 30 mil — ou o dobro do valor gasto, se for maior.

Além disso, a lei garante o **direito de resposta** em redes sociais, que pode ser exigido mesmo após a remoção do conteúdo ofensivo, com custos arcados por quem causou o dano. A resposta deve ter o mesmo alcance e visibilidade que a ofensa — justiça digital em tempo real.



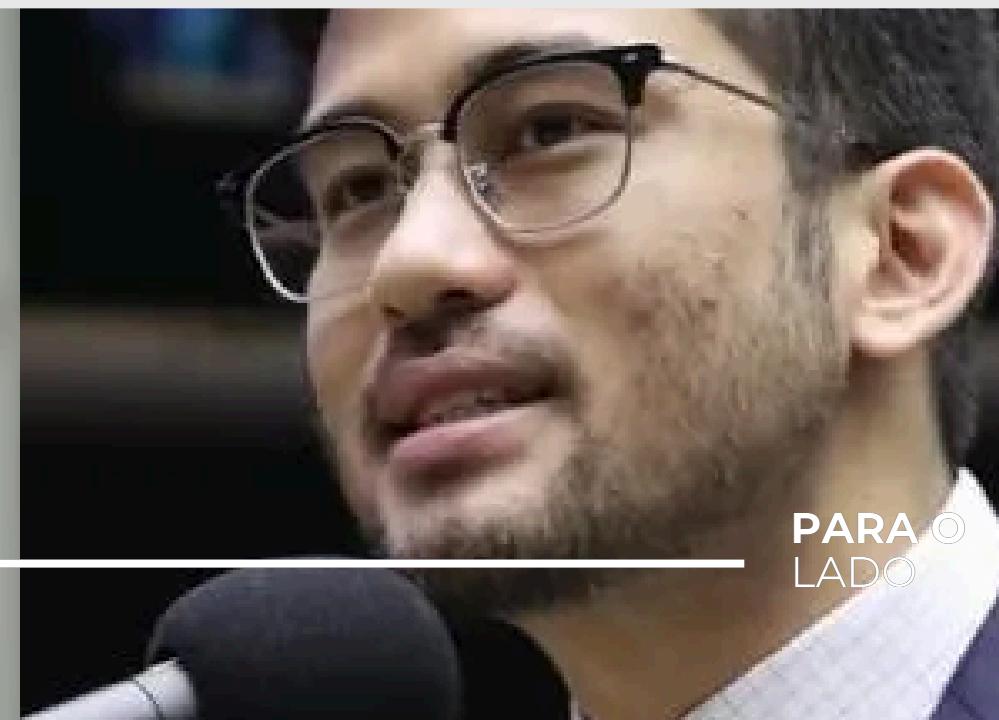
Quem reina no universo digital?



A ampliação do uso das redes sociais como forma de conquista de votos ganhou força em um momento de crise de legitimidade dos partidos e da classe política em meio às jornadas de junho de 2013. Na época, a discussão das candidaturas avulsas - ainda pendente no Supremo Tribunal Federal - veio à tona, como resultado dos protestos que reuniram insatisfações desde a tarifa de transporte até a corrupção.

O sistema eleitoral, incluindo a escolha dos nomes que vão para as urnas, seguem controladas pelos presidentes de partidos, mas algumas brechas institucionais foram alargadas. Com a ascensão do digital, surgiram figuras que, até pouco tempo atrás, não teriam espaço na política tradicional. Nessa onda, o deputado federal **Kim Kataguiri (UNIÃO-SP)**, um dos fundadores do Movimento Brasil Livre (MBL), e a deputada licenciada **Carla Zambelli (PL-SP)**, se elegeram em 2018.

continua o pensamento no próximo quadro



Já na última disputa nacional, Nikolas Ferreira roubou a cena como o deputado federal mais votado do Brasil em 2022. Dois anos depois, ele foi escolhido pelo presidente de seu partido, Valdemar Costa Neto, para impulsionar candidaturas do PL a prefeituras nas eleições municipais. Da lista de 68 nomes, 20 foram vitoriosos. Entre as derrotas, está André Fernandes em Fortaleza. Assim como Nikolas, o deputado federal ficou conhecido primeiro no mundo digital.

O domínio da direita no digital se confirma em estudos como o Índice de Popularidade Digital, da Genial/Quaest, que ranqueou os políticos mais populares em agosto de 2023. Entre os deputados, os primeiros colocados foram Nikolas Ferreira, Fábio Teruel (MDB-SP), André Janones (Avante-MG) - única exceção no top 5 -, Eduardo Bolsonaro (PL-SP) e Mauricio Marcon (Podemos-RS). Entre os senadores, estão Cleitinho (Republicanos-MG), Flávio Bolsonaro (PL-RJ), Sérgio Moro (União-PR), Romário (PL-RJ) e Magno Malta (PL-ES).

Mas nem sempre o sucesso é duradouro. Em 2018, quando era filiada ao antigo PSL, Joice Hasselmann conquistou 1,07 milhão de votos e se tornou a mulher mais votada da história da Câmara dos Deputados. Seis anos depois, sem apoio da família Bolsonaro, ela sequer conseguiu ser eleita como vereadora em São Paulo. Já a deputada estadual mais votada da história em 2018, Janaina Paschoal, perdeu a disputa para o Senado em 2022.





A crise dos partidos e a nova governabilidade

O uso das redes como forma de conquistar um mandato abriu espaço para vozes que antes eram ignoradas. Mas também trouxe efeitos colaterais. A fragmentação aumentou. A desinformação ganhou escala. E os canais tradicionais de articulação e negociação foram reformulados. No Congresso, construir acordos ficou mais difícil. E nos bastidores, alianças duram menos do que um post viral.

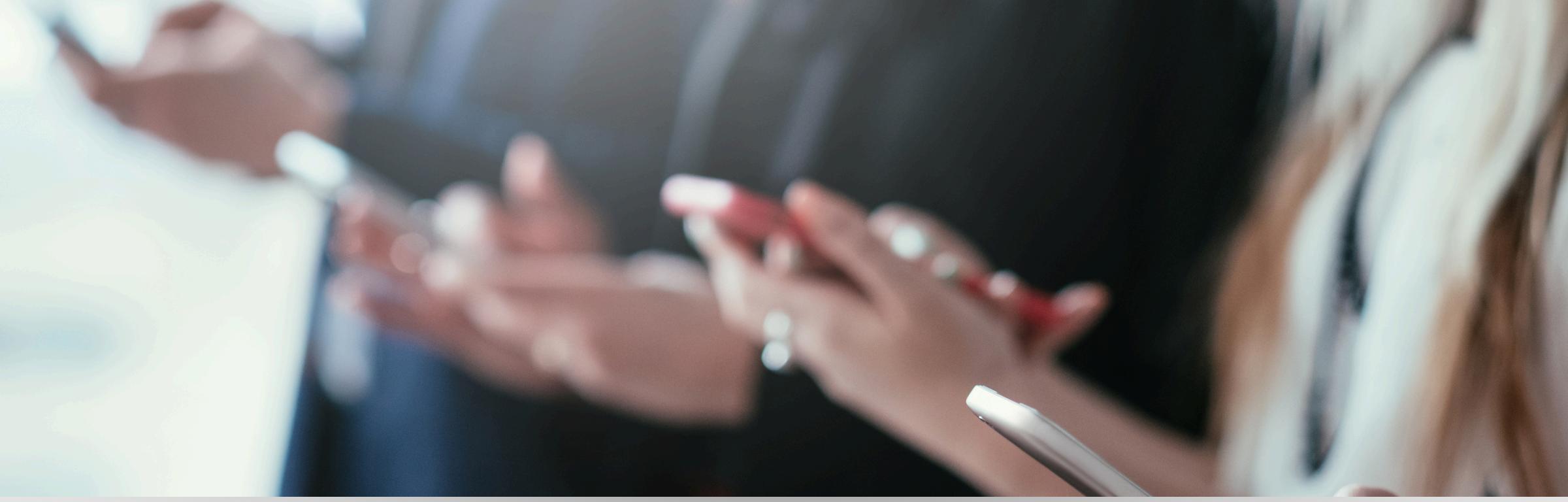
Muito se fala hoje sobre o real poder desses novos políticos. Eles têm base digital, sabem mobilizar, dominam a linguagem da internet. Mas será que conseguem aprovar projetos? Convencer colegas? Articular uma pauta? Nem sempre. Porque **visibilidade não é sinônimo de influência institucional, e popularidade não garante capacidade de negociação.**

Mesmo estando no top 5 do Índice de Popularidade Digital na Câmara, Nikolas atualmente comanda a Comissão de Educação a qual Marcon e Eduardo são vice-líderes da oposição. Mas o grupo não acumula relatorias expressivas nem outras conquistas legislativas. O único que teve uma proposta de autoria individual transformada em norma jurídica no tempo de mandato - 10 anos no caso - foi Eduardo, com o PL que instituiu o Dia Nacional da Pessoa com Atrofia Muscular Espinhal.



continua o pensamento no próximo quadro

PARA O
LADO



No Executivo, o cenário não é muito diferente. Líderes eleitos com base em fortes campanhas digitais — muitas vezes mais conectados a seguidores do que a partidos — enfrentam um dilema recorrente: têm voz nas redes, mas pouca força institucional.

A ausência de articulação política, aliada a um estilo de comunicação confrontativo, fragiliza alianças e dificulta a construção de pontes no Congresso. A consequência? Isolamento, uma vez que, por mais que o apoio popular renda aplausos e viralizações, não se converte automaticamente em votos legislativos. Transformar promessas em políticas públicas exige mais do que engajamento: exige governabilidade.

O poder offline

No grupo dos que conquistaram votos por sua atuação nas redes, são poucos os que conseguem converter esse capital político em aprovação de matérias de sua autoria ou conquistar relatorias de propostas com relevância nacional.

No governo Lula 3, sob a presidência de Arthur Lira na Câmara e de Rodrigo Pacheco no Senado, a relatoria da reforma tributária (PEC 45/2019), uma das principais matérias aprovadas em 2023, ficou com nomes consolidados na política por sua atuação offline, tanto no Congresso, quanto na vida partidária: o deputado Baleia Rossi (MDB-SP) e o senador Eduardo Braga (MDB-AM), que também acumulou a relatoria da regulamentação da reforma, no PLP 108/2024.

O mesmo se deu com outras matérias relevantes, como o fim da desoneração da folha de pagamento com o senador Jaques Wagner (PT-BA) e da reforma do imposto de renda com o próprio Arthur Lira.

A centralização de poder nos presidentes das Casas - responsáveis pela pauta do plenário e por indicar relatorias de matérias importantes - e a ampliação dos acordos de bastidores em detrimento das regras regimentais nos últimos anos levaram a um aumento da concentração de poder por vezes impermeável àqueles que apostam tudo no mundo online.



Nos últimos anos, o Legislativo continuou controlado por nomes tradicionais na política. Com a saída de Eduardo Cunha do comando da Câmara em 2016, Rodrigo Maia liderou a Casa até 2021 e foi sucedido por Arthur Lira, que fez seu sucessor de 2025, Hugo Motta.

Já o Senado foi presidido por Renan Calheiros de 2015 a 2017, seguido por Eunício Oliveira, até 2019, Davi Alcolumbre até 2021 e Rodrigo Pacheco até 2025, quando Alcolumbre voltou ao cargo.

No mundo offline, outros fatores impactaram a dinâmica do presidencialismo de coalizão nos últimos anos, especialmente o ganho de poder do Congresso no uso de emendas parlamentares. Em 2015, ano da abertura do impeachment de Dilma Rousseff autorizada pelo então presidente da Câmara, Eduardo Cunha, a Emenda Constitucional nº 86 criou o **orçamento impositivo**, ao tornar obrigatória a execução das emendas individuais ao projeto de lei orçamentária anual (LOA).

Em 2019, vieram as emendas impositivas de bancada. No mesmo ano, foram criadas as emendas RP9, também conhecidas como emendas de relator, sem critérios transparentes para destinação de recursos, com o nome popular de "orçamento secreto".

Junto com o fortalecimento do poder do Legislativo para direcionar o dinheiro público, veio um aumento desses recursos. Em 10 anos, o valor das emendas mais que dobrou, com um aumento de R\$ 170 bilhões além da inflação, de acordo com levantamento da [Folha de S.Paulo](#) a partir de dados do Siga Brasil. Em 2024, as emendas chegaram a 27% das despesas discricionárias da União, alcançando R\$ 40,89 bilhões, um crescimento real de 12% em relação a 2023, de acordo com [levantamento](#) do Inesc.



Uso das redes como poder de agenda

Ainda que o poder online não se converta na condução de matérias expressivas, o uso das redes sociais tem sido estratégico para pautar o debate público. A PEC 8/25, que acaba com a escala 6x1 foi protocolada pela deputada Erika Hilton (SPol-SP) em fevereiro de 2025, após a repercussão digital do vídeo do vereador do Rio de Janeiro, Rick Azevedo (PSol). A conquista do lado progressista, por enquanto, é mais simbólica, vista a dificuldade de aprovação da proposta no Congresso atual, em que 70% é contra a redução da jornada laboral.

No início do ano, a instrução normativa da Receita Federal que ampliava a fiscalização do pix foi revogada devido à repercussão negativa impulsionada, principalmente, por um vídeo publicado por Nikolas Ferreira, que chegou a 3 milhões de visualizações.

Em julho, os vídeos em defesa da “taxação BBB”, de bilionários, bancos e bets, também alteraram a dinâmica de poder entre o Legislativo e o Executivo, devido às críticas aos congressistas, especialmente ao presidente da Câmara, Hugo Motta, parodiado por meio do personagem **“Hugo nem se importa”**.

continua o pensamento no próximo quadro



Foto:Personagem Hugo nem se importa - reprodução

PARA O
LADO

Ao mobilizar as redes, chefes do Executivo conseguem forçar temas na pauta legislativa, constranger parlamentares ou elevar o custo político de decisões impopulares, como o aumento de deputados federais. O feed se tornou uma arena paralela de barganha na balança da governabilidade.

No fim das contas, a política passou a disputar não só votos, mas curtidas, comentários e engajamento. A performance digital ganhou protagonismo — e, em muitos casos, substituiu a construção de base partidária tradicional. Visibilidade vale ouro. Um post viral pode render mais capital político do que uma liderança formal dentro do partido. O cálculo político mudou.

Esse novo ecossistema desafia a democracia representativa. Por um lado, aproximou eleitores e eleitos. Por outro, gerou instabilidade. Com a política em tempo real e sob holofotes permanentes, entender essas transformações deixou de ser um exercício teórico. É uma necessidade urgente para enxergar o que está em jogo, para onde estamos indo e como se movimentar de forma estratégica.



2025: o STF redefine o jogo — e impõe dever às plataformas

No pano de fundo da nova dinâmica online x offline, está a regulamentação das redes sociais. No dia 26 de junho de 2025, o Supremo Tribunal Federal mudou completamente as regras do jogo ao julgar parcialmente inconstitucional o Artigo 19 do Marco Civil da Internet. A decisão determinou que plataformas digitais são responsáveis por conteúdos ilegais postados por usuários, desde que notificadas extrajudicialmente.

Com isso, conteúdos que envolvam atos antidemocráticos, incitação à violência, crimes contra a honra, pornografia infantil ou desinformação eleitoral devem ser removidos rapidamente, sem esperar decisão judicial.

A decisão do Supremo vem em resposta à omissão do Congresso em legislar sobre o tema. Diversos projetos de lei buscam estabelecer algum nível de regulação sobre o que acontece online. Mas o avanço dessas propostas esbarra em um dilema central e delicado: como equilibrar liberdade de expressão, responsabilização de conteúdo e a garantia de que a atuação de entidades, empresas e políticos não seja indevidamente silenciada?

O Projeto de Lei 2630/2020 — mais conhecido como PL das Fake News — talvez seja o caso mais emblemático da tentativa de regulamentar o funcionamento das grandes plataformas digitais no Brasil. Aprovado no Senado em 2021 e com urgência reconhecida pela Câmara dos Deputados em 2024, o texto, no entanto, emperrou diante da falta de consenso político. E isso não é por acaso: no coração da disputa, estão dois impasses que sintetizam o nervo exposto da atuação política nas redes sociais.



Imunidade parlamentar no ambiente digital:

- A proposta de estender aos deputados e senadores a imunidade constitucional — aquela que protege suas opiniões, palavras e votos — também às publicações nas redes sociais acendeu um sinal de alerta. Para críticos, essa medida dificultaria a atuação das plataformas na remoção de conteúdos falsos, ofensivos ou perigosos, criando um escudo digital para discursos de ódio e desinformação travestidos de liberdade parlamentar.

O espectro da censura:

- De outro lado, grupos conservadores e religiosos reagiram com força. A Frente Parlamentar Evangélica, por exemplo, declarou publicamente sua oposição ao PL, alegando que o texto, mal interpretado ou não, ameaçaria a pluralidade de ideias e, principalmente, os valores cristãos. Para esses setores, o risco é claro: uma legislação que, sob o pretexto de combater a desinformação, possa restringir a expressão de convicções ideológicas e religiosas.

Diante do impasse, a resposta política veio com um gesto de contenção: o então presidente da Câmara dos Deputados, Arthur Lira decidiu retirar o projeto das mãos do relator Orlando Silva (PCdoB-SP) e criar um grupo de trabalho. Com a troca de comando da Casa em 2025, a discussão está em suspenso.



Reforma do Código Eleitoral

Também está em discussão no Senado uma reforma do Código Eleitoral, em que estão sendo debatidas mudanças e novas regras para campanhas eleitorais.

1. Regras claras para o uso de tecnologia e influência digital

A proposta busca avançar no controle do uso de influenciadores digitais, inteligência artificial, robôs, perfis falsos e impulsionamento de conteúdo nas redes sociais. Também prevê a regulação da compra de palavras-chave em mecanismos de busca — prática usada para manipular resultados em momentos estratégicos do período eleitoral.

2. Papel ampliado da Justiça Eleitoral

O texto autoriza que a Justiça Eleitoral determine a remoção de conteúdos nas redes e, em casos mais graves e repetitivos, a suspensão de contas de candidatos que violem a legislação. A suspensão é descrita como uma medida excepcional, a ser aplicada apenas após outras sanções menos severas.

3. Impulsionamento de pré-campanha com teto de gastos

Pela nova proposta, candidatos e partidos poderão impulsionar conteúdo digital já na fase de pré-campanha, a partir do início do ano eleitoral. No entanto, esse impulsionamento terá um teto: até 10% do limite de gastos permitido para o cargo disputado. Esse valor será somado ao limite total de despesas de campanha.

4. Remoções e penalidades: quando e como agir

As ordens de remoção de conteúdo só poderão ser emitidas quando houver violação das regras eleitorais ou ofensas a direitos de pessoas envolvidas no processo. A proposta busca evitar abusos e garantir que decisões judiciais não sejam tomadas com base apenas em opiniões divergentes ou críticas políticas.

5. Uso de realidade virtual e transparência

Se a propaganda eleitoral utilizar tecnologias imersivas como realidade virtual ou aumentada, a proposta determina que o eleitor seja claramente informado. A transparência, aqui, aparece como um princípio fundamental diante da sofisticação crescente das ferramentas de comunicação digital.

6. Condutas digitais proibidas

Também está em discussão no Senado uma reforma do Código Eleitoral, em que estão sendo debatidas mudanças e novas regras para campanhas eleitorais.

- Divulgação de informações falsas que possam interferir no direito ao voto ou na lisura do processo eleitoral;
- Propagação massiva de mensagens de ódio contra candidatos, partidos ou coligações, especialmente por meio de contas falsas ou anônimas;
- Invasão de perfis, sites ou páginas para alterar ou remover conteúdos, bloquear acessos ou manipular engajamento;
- Disparos em massa de mensagens automáticas sem consentimento prévio ou relação direta com o destinatário.





O futuro das regras do jogo

Se por um lado a Justiça Eleitoral e o Supremo Tribunal Federal avançaram em estabelecer regras no jogo político online, ainda há uma inércia por parte do Congresso em atuar no terreno das big techs. Em um cenário em que as redes sociais são cada vez mais importantes para conquistar votos e influenciar no debate político, o tempo dirá qual é a legislação possível a ser decidida por quem é diretamente impactado por ela.

Desde os primeiros ativistas online dos protestos de 2013 até hoje o uso das plataformas é exponencial e além do impacto das narrativas tem levado a conquistas - ainda que por vezes tímidas - por parte dos outsiders a cargos de comando nas Casas Legislativas. Os corredores do Congresso, no entanto, ainda são parcialmente impermeáveis ao digital. Na última década, nomes tradicionais continuaram dando as cartas e estruturas offline - como as novas regras das emendas parlamentares - mostram que, por ora, likes não são garantia de aprovação de PL algum.



(61) 9 8198 - 8576

E-mail: **rgb@grupo.com**

Brasília - DF

SHIS QL 12, CONJUNTO
15, CASA 1- LAGO SUL
