



**LUCAS SILVA OLIVEIRA**

**A PROPAGANDA ELEITORAL E OS LIMITES EM SEU USO**

**LAVRAS – MG  
2022**

**LUCAS SILVA OLIVEIRA**

**A PROPAGANDA ELEITORAL E OS LIMITES EM SEU USO**

Artigo apresentado à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do curso de Direito, para a obtenção do título de Bacharel.

Prof. Dr. Ricardo Augusto de Araújo Teixeira  
Orientador

**LAVRAS– MG**  
**2022**

**LUCAS SILVA OLIVEIRA**

**A PROPAGANDA ELEITORAL E OS LIMITES EM SEU USO**

**ELECTORAL ADVERTISING AND THE LIMITS ON ITS USE**

Artigo apresentado à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do curso de Direito, para a obtenção do título de Bacharel.

APROVADA EM \_\_\_\_\_ DE \_\_\_\_\_ DE 2022.  
Dr. Ricardo Augusto de Araújo Teixeira – UFLA.  
Mestrando Rangel Mendes Francisco – UFMG.

Prof. Dr. Ricardo Augusto de Araújo Teixeira  
Orientador

**LAVRAS– MG**  
**2022**

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente é indispensável o meu agradecimento à Deus por minha existência, assim como pelas bênçãos concedidas ao longo dessa caminhada de 5 anos na cidade de Lavras. Foram muitos desafios e sempre contei com as forças necessárias que Ele me proporcionou para superar cada dificuldade.

Minha mãe Ana Lúcia e namorada Yara foram essenciais para o primeiro passo na vida acadêmica, me incentivando a matricular no Curso de Educação Física na UFLA, onde mais tarde seria incentivado quase que totalmente pela Yara a fazer a transferência de curso e seguindo meu destino consegui a transferência para o curso de Direito, no qual acredito ser meu lugar.

Os 5 anos passaram rápidos, com várias viagens entre Lavras-Varginha, várias marmitas feitas com carinho por minha mãe, mudanças de casa, desafios, estágio, momentos de saudades da namorada, mas que agora são coroados com a vitória de concluir minha graduação.

Os anos na cidade de Lavras foram mais fáceis com a ajuda de meus companheiros de casa: Luís Felipe, Rangel Mendes e Rodrigo. Com certeza foram ótimas companhias que tornaram a minha graduação inesquecível! Obrigado!

Aos amigos de VARGINHA – Rodrigo, Luís, Pedro, Rangel, Vinícius, Alfredo, Gustavo Costa, Gustavo Moura e Afonso sempre foram a base de amizade necessária desde o Ensino Médio e marcaram presença com visitas e encontros na cidade de Lavras.

Volto a falar de minha família, que sem eles não teria vivido nenhum momento. Meu pai Nilo e minha mãe Ana Lúcia conseguiram vencer semana após semana do desafio emocional e financeiro de manter um filho morando fora de casa. Serei eternamente grato pela oportunidade de estudo e retribuirei em dobro!

Minha irmã Natássia sempre foi um exemplo a ser seguido, guerreira e determinada me ajudou com diversos papos, comidinhas gostosas de marmita e apoio emocional sempre que eu ia para Varginha.

Minha namorada Yara Martins Cerqueira merece espaço especial nesses agradecimento assim como já tem em meu coração! Sem ela eu não teria entrado em Educação Física muito menos no curso de Direito. Milhares de ligações foram feitas entre nós, servindo um ao outro de companhia e matando a saudade do jeito possível. Foram inúmeras ajudas em trabalhos, provas e principalmente na ajuda emocional para vencer a distância. Minha conquista é dela também! Obrigado amor!

Aos amigos que a UFLA me deu, um agradecimento por compartilhar essa jornada comigo, em especial dois Pedros cruzaram meu caminho. Na Educação Física meu irmão Pedro Araújo, o qual levo para a vida como amigo. Pedro Aprigio, um verdadeiro amigo que esteve comigo desde o início da caminhada no Direito, o qual considero um irmão. Outro amigo marcante é meu querido japonês Kazu, que mesmo distante sempre me ajuda após tempos de Educação Física, sempre me recebendo com os braços abertos em Bh.

A caminhada na cidade de Lavras tiveram importantes amizades dentro da Prefeitura Municipal de Lavras. Dr. Cláudio desde o primeiro minuto que entrei como estagiário na Comissão de Processos me tratou com muito respeito e amizade. Compartilhou comigo todo conhecimento adquirido, em específico na área do Direito Administrativo e nos tornamos grandes amigos, compartilhando além de conhecimento uma ótima amizade. Meu agradecimento total por sempre me ensinar e possibilitar minha ascensão profissional, fazendo parte de meu primeiro estágio e posterior primeiro emprego como Assessor na PML. Outra pessoa marcante é minha amiga Rubyane, uma verdadeira guerreira, que compartilhou sua amizade cada manhã e cada tarde comigo, fazendo cada dia de trabalho mais leve.

Enfim, cada momento de minha graduação só foi possível com ajuda de Deus e todas pessoas próximas, que estiveram comigo nessa jornada.

**OBRIGADO A TODOS!**

*“Seja você quem for, seja qual for a posição social que você tenha na vida, a mais alta ou a mais baixa, tenha sempre como meta muita força, muita determinação e sempre faça tudo com muito amor e com muita fé em Deus, que um dia você chega lá. De alguma maneira você chega lá.”*

*Ayrton Senna*

## RESUMO

No presente estudo, será abordado os limites dos novos meios de propaganda eleitoral, em específico, aquela realizada através dos meios digitais, as quais não podem ser arbitradas de acordo com a forma que os candidatos melhor entenderem. Tal situação encontra problemas perante os estigmas da sociedade atual, uma vez que a cada dia aumenta-se a presença dos eleitores em meios digitais e com isso os candidatos promovem campanhas de forma a ganhar os votos desses eleitores, infringindo limites básicos do Direito Eleitoral. O trabalho perpassa pela legislação pertinente ao tema, acompanhado de notícias e jurisprudências que auxiliam a melhor compreensão dos fatos e resolução crítica da situação que se instaura.

**Palavras-chave:** 1. *Propaganda Eleitoral*; 2. *Eleições*; 3. *Liberdade De Expressão*; 4. *Campanha Eleitoral*.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>7</b>
<b>2. BREVE EVOLUÇÃO DO DIREITO ELEITORAL BRASILEIRO.....</b>	<b>8</b>
<b>3. A PROPAGANDA ELEITORAL NO DIREITO ELEITORAL.....</b>	<b>11</b>
<b>3.1. CONCEITUAÇÃO PROPAGANDA POLÍTICA.....</b>	<b>11</b>
<b>3.2. PRINCÍPIOS CONSTITUCIONAIS INERENTES À PROPAGANDA.....</b>	<b>13</b>
<b>3.3. A PROPAGANDA ELEITORAL E A LEGISLAÇÃO.....</b>	<b>16</b>
<b>4. PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET.....</b>	<b>19</b>
<b>4.1. O AVANÇO TECNOLÓGICO.....</b>	<b>19</b>
<b>4.2. EXEMPLOS DE UTILIZAÇÃO DA PROPAGANDA ELEITORAL NA</b>	
<b>INTERNET.....</b>	<b>20</b>
<b>4.2.1. ELEIÇÕES AMERICANAS DE 2008.....</b>	<b>20</b>
<b>4.2.2. ELEIÇÕES E MANIFESTAÇÕES BRASIL 2014.....</b>	<b>21</b>
<b>4.2.3. ELEIÇÕES 2018.....</b>	<b>22</b>
<b>5. COMBATE AOS ABUSOS EM CAMPANHAS ELEITORAIS.....</b>	<b>25</b>
<b>6. CONCLUSÃO.....</b>	<b>29</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>30</b>



## 1. INTRODUÇÃO

O Trabalho de Conclusão de Curso ora desenvolvido como exigência para o título de Bacharel em Direito pela Universidade Federal de Lavras (UFLA) tem como tema a propaganda eleitoral em redes sociais no Brasil. O presente trabalho abordará os aspectos legislativos acerca do instituto eleitoral tão importante para as eleições. Destaca-se que o tema não possui vasta regulamentação e apresenta lacunas que possibilitam a utilização da propaganda de maneira abusiva e irregular, resultando em consequências às eleições, conforme será analisado nesse recorte temático.

Partindo do pressuposto fático que a população mundial encara uma globalização cada vez mais intensa, que é acompanhada pelo avanço das tecnologias, as redes sociais acompanham esse desenvolvimento e mostram a cada dia mais um crescente número de usuários, denotando sua importância social.

Nesse sentido, os candidatos ganham mais um meio para fazer sua propaganda eleitoral: as redes sociais. Porém, o uso sem limites dessa ferramenta pode prejudicar a isonomia que deve ser dada aos candidatos, uma vez que é possível a compra de mecanismos de propaganda para alavancar páginas, mensagens de candidatos, que podem ser usados de maneira positiva ou negativa, sendo necessário fazer uma análise a respeito desses limites.

A propaganda eleitoral através de mecanismos digitais é uma inovação que cada vez mais estará presente nas eleições brasileiras.

Por se tornar um assunto que já se mostra recorrente e só tende a aumentar, a incidência de candidatos usando desse mecanismo irá ser considerada normal em um futuro próximo, sendo necessário estabelecer desde o início do seu uso, limites a respeito dessa nova forma de propaganda eleitoral, a fim de elucidar práticas que respeitem o processo eleitoral como um todo e possam auxiliar os eleitores em sua decisão.

O estudo em questão propõe esclarecer pontos relativos à propaganda eleitoral através de meios digitais, uma vez que o assunto apresenta-se frequente nas eleições e para isso, analisando as legislações que incidem diretamente no assunto, assim como posições doutrinárias e jurisprudenciais que vêm sendo discutidas.

Por fim, discutir os limites da propaganda eleitoral digital será realizada com discussões específicas sobre o tema, principalmente consultas realizadas ao Tribunal Superior Eleitoral e aos Tribunais Regionais Eleitorais.

## **2. BREVE EVOLUÇÃO DO DIREITO ELEITORAL BRASILEIRO**

O direito eleitoral brasileiro tem em suas raízes participações da cultura portuguesa, sendo as primeiras relações eleitorais advindas do momento de colonização dos portugueses. A partir da chegada dos portugueses já se iniciava votações para eleger os responsáveis pelas decisões das vilas e cidades que estavam sendo fundadas e ali nascia os primeiros passos de uma relação eleitoral que mais tarde evoluiria ao Direito Eleitoral (FERREIRA 2005).

Prosseguindo na retrospectiva histórica sobre o direito eleitoral, baseando-se na Constituição de 1824 trouxe aspectos eleitorais pertinentes de serem lembrados, tendo em vista que não eram compatíveis com uma democracia igualitária a qual vivencia no modelo atual de Direito Eleitoral, principalmente em relação ao voto.

Tal documento apresentou uma política restrita e censitária, com definições específicas de quem seriam as pessoas capazes de exercer seu direito de voto, constando com exclusões arbitrárias, sendo proibidos de votar os menores de vinte e um anos, os filhos famílias, os criados de servir, as mulheres, os que não tinham renda líquida anual de cem mil réis por bens de raiz, de votar para nas Assembleias Paroquiais.

Ressalta-se que a duração de mandatos eletivos dos deputados era temporária, enquanto os Senadores tinham mandato vitalício, que anos depois foi removido.

Além disso, para que pudessem ser exercidas a capacidade eleitoral passiva de ser votado era exigido um pagamento de quatrocentos mil réis de renda líquida, denotando o início de um sistema eleitoral censitário que não permitia a participação igualitárias das pessoas, seja para exercer a capacidade ativa ou passiva.

Na data de 1881 foi promulgada Constituição da República dos Estados Unidos do Brasil, a qual trouxe previsões de hipóteses de perda de direitos políticos, hipóteses de inelegibilidades, a possibilidade de suspensão de direitos políticos pela condenação criminal, incluído no âmbito das inelegibilidades a vedação de parentesco consanguíneos para os cargos de Presidente e Vice-Presidente. (FERREIRA 2005)

Outro aspecto marcante da Constituição republicana foi a necessidade das eleições de senadores e deputados serem realizadas simultaneamente, além da garantia do sufrágio direto e pela maioria absoluta dos votos para as eleições do Presidente e do Vice-Presidente, pontos verificados na literalidade da Constituição de 1881.

Interrompendo as referências históricas das Constituições, em 24 de fevereiro de 1932 foi criado o primeiro Código Eleitoral brasileiro, visando o fortalecimento da democracia, principalmente com as primeiras previsões constitucionais a respeito do direito eleitoral, que ocasionaram diversas obscuridades aos processos eleitorais que não eram bem definidos, nem fiscalizados (MELO FILHO 2013).

Fato histórico relacionado ao Primeiro Código Eleitoral fica em relação a previsão do voto feminino no Brasil que não trouxe a distinção de sexo para os eleitores, porém em momentos histórico posteriores o direito ao voto feminino foi limitado e restringido, Destaca-se redação artigo 2º da Código Eleitoral: “é eleitor o cidadão maior de 21 anos, sem distinção de sexo, alistado na forma deste Código”.

Rompendo com a antiga Carta Constitucional, a Constituição de 1934 é considerada ponto importante na história da Justiça Eleitoral, pois trouxe a primeira previsão constitucional de órgãos da Justiça Eleitoral, sendo Tribunal Superior Eleitoral, Tribunal Regional Eleitoral, juízes eleitorais e juntas eleitorais. Tal inovação trouxe detalhes a respeito da competência de órgãos, composição, além de outros pontos relativos ao processo eleitoral como um todo (RAMAYANA 2017)

A Constituição dos Estados Unidos do Brasil de 1934 trouxe aspectos predominantes democráticos, tendo forte influência alemã na elaboração da mesma, que romperam com o caráter abusivo estabelecido pelas outras constituições, principalmente em matéria eleitoral, adicionando importantes institutos que seriam de suma importância para o direito eleitoral, como por exemplo as imunidades formais e materiais. Destaca-se posicionamento doutrinária de Marcos Ramayana:

“Os historiadores identificam uma forte influência dos princípios e normas na Constituição alemã de Weimar na Constituição de 1934, aceitando, por exemplo, várias agremiações políticas, estipulando regras trabalhistas, e alterando o processo eleitoral.” – RAMAYANA 2017.

Prosseguindo pela história, o Brasil passa por várias Constituições tais como a Constituição dos Estados Unidos do Brasil de 1937, Constituição dos Estados Unidos do Brasil de 1946 e na época da ditadura militar foi promulgada a Constituição do Brasil em 1967.

Antes mesmo da promulgação do nono texto constitucional a ditadura refletiu na Constituição anterior de 1946 através dos Atos Institucionais n.º 1,2,3 e 4, inclusive emendas que beneficiaram diretamente e exclusivamente o Chefe do Executivo General Humberto Castello Branco, revogando a inelegibilidade do mesmo, denotando um caráter totalmente discricionário na execução de tais atos.

Fazendo adendo novamente à história, em 1945 o Decreto Lei nº 7.586, de 28 de maio de 1945 trouxe a conhecida Lei Agamenon - Código Eleitoral de 1945, que complementou os órgãos e serviços eleitorais e principalmente restabeleceu a Justiça Eleitoral e possibilitou novas eleições de ocorrerem. (RAMAYANA 2017)

Mesmo com novas instituições importantes para romper com o período passado, fatos marcantes não se mostravam compatíveis com uma democracia, como por exemplo a possibilidade de um candidato concorrer nas mesmas eleições para diversos cargos, presidente, senador, deputado e ainda por estados diferentes. Como resultado dessa inovação Getúlio Vargas foi eleito senador em dois estados e deputado federal em 7 estados diferentes.

Mesmo com o caráter ditatorial da época, na Constituição de 1967 a Justiça Eleitoral esteve presente em artigos do documento, mantendo aspectos organizacionais e institucionais.

“Deveras, a Carta Política, tratou os direitos públicos políticos subjetivos ativos e passivos, especialmente as hipóteses de neutralização definitiva ou temporária da capacidade passiva no âmbito da incidência legiferante da Lei Complementar, e , no que presta a matéria, emprestou-lhe caráter elevado no posicionamento normativo constitucional, exigindo quorum de maioria absoluta.”

De modo sequencial na história do Brasil, em 5 de outubro de 1988 foi promulgada a Constituição da República Federativa do Brasil, com 245 artigos que trouxeram um caráter democrático ao Brasil, contendo diversas previsões que garantiam direitos e cidadania ao povo brasileiro.

No ponto de vista eleitoral contribuiu para melhor organização do Poder Judiciário, em específico nos órgãos eleitorais, com a inovação do Ministério Público Eleitoral. Ouve alteração em aspectos formais dos partidos políticos, como leciona Marcos Ramayana:

“Os Partidos Políticos passaram a ser considerados pessoas jurídicas de direito privado, sendo livre sua criação junto ao registro civil, restando-lhe apenas registrar seus estatutos no Tribunal Superior Eleitoral sem maiores indagações sobre sua constituição e organização, devendo conter em seus estatutos sanções sobre a infidelidade partidária dentre outras.” – (RAMAYANA 2017)

Algumas mudanças previstas na Constituição Federal de 1988 foram pontos marcantes para história do Direito eleitoral, pois trouxeram o caráter democrático necessário em um país com uma riqueza cultural diversificada. São elas:

- Restabeleceu eleições diretas para os cargos de presidente da República, governadores de estados e prefeitos municipais;
- Definiu o mandato presidencial de 5 anos sem reeleição (uma emenda constitucional de 1997 passou para quatro anos com reeleição);
- Estabeleceu o direito de voto para os analfabetos;
- Definiu o voto facultativo para os jovens de 16 a 18 anos de idade;
- Sistema pluripartidário;

Ainda em relação ao direito eleitoral na Constituição de 1988, em 1997, foi elaborada uma emenda constitucional que abriu a possibilidade de reeleição para os principais cargos do poder executivo (presidente da República, governadores de estados e prefeitos municipais).

De forma breve e simplificada perpassam pelos principais pontos da história do Brasil que contribuíram com o Direito Eleitoral, principalmente os institutos ligados às várias Constituições existentes no Brasil.

### **3. A PROPAGANDA ELEITORAL NO DIREITO ELEITORAL**

#### **3.1. CONCEITUAÇÃO PROPAGANDA POLÍTICA**

A propaganda está presente desde a Antiguidade da existência humana, com utilização em Roma e Grécia para difundir festas. A Igreja Católica também utilizou desse recurso para

difundir sua doutrina. Nos termos do dicionário, a palavra possui o seguinte significado: Difusão de uma ideia, de uma crença, de uma ideologia ou religião: fazia propaganda da sua fé.

Ela é um dos meios de anunciar determinado assunto, com o objetivo de convencer ou influenciar a opinião do seu receptor, embora também possa estar ligada à junção de pessoas em prol de uma causa ou campanha.

De tal forma, a propaganda política se divide em: partidária, institucional, intrapartidária e eleitoral, com conceituação didática feita por José Jairo Gomes p. 712:

“Propaganda partidária – conforme salientado no capítulo anterior, a propaganda partidária é a comunicação estabelecida entre o partido e a sociedade; nela são divulgados a ideologia abraçada pela agremiação, seus valores, projetos e programas com vistas ao desenvolvimento da sociedade.

Propaganda intrapartidária – anteriormente foi ressaltado que essa comunicação tem caráter interno, sendo promovida pelos filiados que querem se candidatar (os “candidatos a candidato”) e dirigida aos integrantes da convenção incumbidos de escolher os candidatos do partido.

Propaganda institucional – trata-se da comunicação que o Estado, a Administração Pública e seus órgãos estabelecem com a sociedade.”

Os institutos da propaganda partidária e da propaganda eleitoral apresentam diferenças importantes entre elas, e por vezes são confundidas como mesmo instituto e com mesmos objetivos, sendo apresentado a seguir a diferenciação das mesmas.

A propaganda partidária tem viés enraizado aos interesses ideológicos e filosóficos de um partido e também ligados ao governo, possuindo um caráter permanente dentro da esfera partidária. “A propaganda política caracteriza-se por veicular concepções ideológicas com vistas à obtenção ou manutenção do poder estatal.” José Jairo Gomes, p. 707.

Por outro lado, a propaganda eleitoral traz um aspecto mais ligado às eleições em si, em referência ao cidadão-alvo. Destaca-se posicionamento e definição de José Jairo Gomes, p.715:

“Denomina-se propaganda eleitoral elaborada por partidos políticos e candidatos com a finalidade de captar votos do eleitorado para investidura em cargo público-eletivo. Caracteriza-se por levar ao conhecimento público, ainda que de maneira disfarçada ou dissimulada, candidatura ou os motivos que induzem à conclusão de que o beneficiário é o mais apto para o cargo em disputa. Nessa linha, constitui propaganda

eleitoral aquela adrede preparada para influir na vontade do eleitor, em que a mensagem é orientada à atração e conquista de votos.”

A jurisprudência firmada no Tribunal Superior Eleitoral, define ato de propaganda eleitoral como:

Entende-se como ato de propaganda eleitoral aquele que leva ao conhecimento geral, ainda que de forma dissimulada, a candidatura, mesmo que apenas postulada, a ação política que se pretende desenvolver ou razões que induzam a concluir que o beneficiário é o mais apto ao exercício de função pública. (Ac. nº 16.183, de 17.2.2000, rel. Min. Eduardo Alckmin; no mesmo sentido o Ac. nº 15.732, de 15.4.99, do mesmo relator, e o Ac. nº 16.426, de 28.11.2000, rel. Min. Fernando Neves)

Portanto percebe-se diferença notável entre os dois tipos de propaganda, sendo a partidária voltada para o viés ideológico promovido pelo partido, enquanto a eleitoral remete-se ao convencimento do eleitor que consequentemente trará vitórias aos candidatos nas eleições.

### **3.2. PRINCÍPIOS CONSTITUCIONAIS INERENTES À PROPAGANDA**

É certo que a Constituição Federal de 1988 mostra-se como fonte direta dos direitos eleitorais pelo fato de ampla previsão de institutos importantes para a ordem democrática do país, principalmente a previsão constitucional da organização do sistema eleitoral brasileiro, incluindo detalhes sobre o sufrágio universal.

Em relação à propaganda eleitoral, a Constituição não se absteve de trazer artigos sobre o assunto e de forma geral trouxe regras a serem aplicadas, em outras palavras, através de seus artigos fundamentou princípios a serem seguidos pela disciplina eleitoral sobre o tema.

A propaganda está ligada diretamente aos direitos fundamentais expressos na Constituição, com foco nos direitos inerentes à liberdade de expressão, entre eles a liberdade em manifestação do pensamento, direito de resposta, vedação de censura, conforme disciplina Constituição Federal:

Art. 5º.

IV - É livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato;

V – É assegurado o direito de resposta, proporcional ao agravo, além da indenização por dano material, moral ou à imagem;

IX - É livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença;

XIV - É assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional;

Para que as eleições sejam realizadas de maneira justa e transparente aos cidadãos, os mesmos devem conhecer os candidatos a fim de escolher quais possuem objetivos de campanha condizentes com sua opinião. Para que possa existir tal relação, os candidatos devem realizar as campanhas eleitorais baseadas na propaganda política, ou seja, a propaganda é meio essencial às eleições na medida que possibilita o contato entre candidato e eleitor, sendo indispensável condutas éticas nesse instituto do direito eleitoral, coincidindo nos direitos relacionados à liberdade de expressão previstos na Constituição e por isso servem de base para o direito eleitoral. Corroborando com tal percepção, José Jairo Gomes (p. 151) traz em sua obra:

A livre circulação de ideias, pensamentos, valorações, opiniões e críticas promovida pela liberdade de expressão e comunicação é essencial para a configuração de um espaço público de debate, e, portanto, para a democracia e o Estado Democrático. Sem isso, a verdade sobre os candidatos e partidos políticos pode não vir à luz, prejudicam-se o diálogo e a discussão públicos, refreiam-se as críticas e os pensamentos divergentes, tolhem-se as manifestações de inconformismo e insatisfação, apagam-se, enfim, as vozes dos grupos minoritários e dissonantes do pensamento majoritário.

Aline Osório (2017, p. 129) assinala que

“Durante períodos eleitorais, a importância da liberdade de expressão é amplificada. Partidos e candidatos devem prestar contas de suas ações passadas e expor suas opiniões, propostas e programas futuros. Os meios de comunicação devem funcionar como canais de disseminação de informações, críticas e pontos de vista variados. Os cidadãos precisam de plena liberdade não só para acessarem tais informações, mas para manifestarem livremente as suas próprias ideias, críticas e pontos de vista na arena pública. Nesse processo, é necessário que todas as questões de interesse público – incluindo, é claro, a capacidade e a idoneidade dos candidatos e a qualidade de suas propostas – sejam abertas e intensamente discutidas e questionadas. A efetividade das eleições como mecanismo de seleção de representantes e o próprio funcionamento do regime democrático dependem de um ambiente que permita e favoreça a livre manifestação e circulação de ideias. [...]. Em regimes representativos, o voto e a liberdade de expressão configuram dois importantes instrumentos de legitimação da democracia, permitindo que os interesses e as opiniões dos cidadãos sejam considerados na formação do governo e na atuação dos representantes. [...]”.



Diante da propaganda política realizada pelos candidatos, os cidadãos que irão gozar de seu direito de voto devem ter garantido a possibilidade de conhecimento de informações positivas e negativas sobre os candidatos, passando desde programas eleitorais dos candidatos, até vida pregressa na esfera pública, entre outros, cabendo, portanto, ao cidadão realizar análise crítica das informações que recebe, sem um controle direcionado da propaganda realizada.

Em busca de uma propaganda eleitoral eficiente aos cidadãos, os candidatos devem ser orientados por uma propaganda eleitoral igualitária para todos, a fim de evitar abusos prejudiciais à sociedade, sendo aplicável princípio da isonomia no direito eleitoral, que nas palavras de José Jairo Gomes p.140:

“Esse princípio apresenta especial relevo nos domínios do Direito Eleitoral. Avulta sua importância para o desenvolvimento equilibrado do processo eleitoral, bem como para a afirmação da liberdade e do respeito a todas as expressões políticas”.

Nesse sentido, a Constituição apresenta artigos baseados em garantir uma mínima isonomia, com premissas básicas ligadas à propaganda nos meios abertos de comunicação, mas sem esquecer da necessidade de complementação pela legislação específica, que também traz aspectos a garantir tal princípio, conforme exemplificado nos seguintes artigos da Constituição e Código Eleitoral:

Artigo 17. § 3º Somente terão direito a recursos do fundo partidário e acesso gratuito ao rádio e à televisão, na forma da lei, os partidos políticos que alternativamente: (Redação dada pela Emenda Constitucional nº 97, de 2017)

I - obtiverem, nas eleições para a Câmara dos Deputados, no mínimo, 3% (três por cento) dos votos válidos, distribuídos em pelo menos um terço das unidades da Federação, com um mínimo de 2% (dois por cento) dos votos válidos em cada uma delas; ou (Incluído pela Emenda Constitucional nº 97, de 2017)

II - tiverem eleito pelo menos quinze Deputados Federais distribuídos em pelo menos um terço das unidades da Federação.

Código Eleitoral - Art. 47. As emissoras de rádio e de televisão e os canais de televisão por assinatura mencionados no art. 57 reservarão, nos trinta e cinco dias anteriores à antevéspera das eleições, horário destinado à divulgação, em rede, da propaganda eleitoral gratuita, na forma estabelecida neste artigo.

Portanto, a Constituição traz premissas básicas para orientação do direito eleitoral, em específico direcionar minimamente condutas de candidatos nas propagandas eleitorais, fazendo

ponderações necessárias a perseguição do Princípio da Isonomia, com exemplificação de disciplina dos meios de comunicação aberta que poderão ser utilizados pelos candidatos, mas de forma igualitária e proporcional.

### **3.3. A PROPAGANDA ELEITORAL E A LEGISLAÇÃO**

A propaganda eleitoral possui temas disciplinados de forma geral pela Constituição, conforme exemplos já citados no texto, mas a regulamentação específica fica a cargo da legislação infraconstitucional, no caso a Lei nº 4737/65(Código eleitoral) e Lei 9504/97(Lei das Eleições), além de outros mecanismos legislativos que serão apresentados.

De modo inicial, com a evolução dos meios sociais e da internet em si, o TSE regulamentou a prática de propaganda política através da internet através da Resolução nº 20.684 em 2000, a qual permitiu utilização de domínio com seu nome na rede mundial de computadores. Posteriormente novas atualizações foram feitas, conforme será apresentado.

O Código eleitoral traz importante artigo que ressalta a garantia de liberdade em realizar a propaganda política, vejamos a literalidade do artigo 248 da Lei nº 4.737/65: (Lei nº 4.737/65), que prescreve, in verbis: “At. 248. Ninguém poderá impedir a propaganda eleitoral, nem inutilizar, alterar ou perturbar os meios lícitos nela empregados.” A fim de dar efetividade à garantia de tal direito, ainda trouxe sanção para o não cumprimento do mesmo, em artigo 331 e 332:

Art. 331. Inutilizar, alterar ou perturbar meio de propaganda devidamente empregado:

Pena - detenção até seis meses ou pagamento de 90 a 120 dias-multa.

Art. 332. Impedir o exercício de propaganda:

Pena - detenção até seis meses e pagamento de 30 a 60 dias-multa

A lei das eleições disciplina a Propaganda em seu Título II, artigo 240, trazendo premissas importantes para o assunto, como por exemplo a data de início das mesmas, que podem ocorrer a partir de 15 de agosto do ano eleitoral e também a data limite para propagandas antes das eleições, devendo ser encerradas 48 horas antes do pleito.

O mecanismo da propaganda ganha cada vez mais importância aos olhos dos candidatos e partidos, que por vezes podem exceder os limites previstos para a realização da propaganda e com isso a legislação traz a responsabilização dos envolvidos em artigo 241:

Art. 241. Toda propaganda eleitoral será realizada sob a responsabilidade dos partidos e por eles paga, imputando-lhes solidariedade nos excessos praticados pelos seus candidatos e adeptos.

Parágrafo único. A solidariedade prevista neste artigo é restrita aos candidatos e aos respectivos partidos, não alcançando outros partidos, mesmo quando integrantes de uma mesma coligação.

O artigo 244, §único por sua vez traz um rol de situações em que é vedado a propaganda política nas proximidades de alguns lugares, denotando bom senso do legislador em limitar situações em que se mostra inviável a realização do movimento que uma propaganda proporciona ao meio social, como por exemplo a vedação prevista no inciso IV - dos hospitais e casas de saúde;

A Lei nº 12.034/2009 trouxe alterações importantes na Lei nº 9.504/97, com a presença de novos meios de propaganda através da internet, assim como a difusão por tais redes. Destaca-se artigo 57-B que trouxe possíveis hipóteses de como utilizar os recursos presentes na internet.

Art. 57-B. a propaganda eleitoral na internet poderá ser realizada nas seguintes formas:

Em sítio do candidato, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral, e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de internet estabelecido no País;

Em sítio do partido ao da coligação, com endereço eletrônico comunicado a Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de internet estabelecido no País;

Por meio de mensagem eletrônica para endereços cadastrados gratuitamente pelo candidato, partido ou coligação;

Por meio de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas, e assemelhados, cujo conteúdo seja gerado ou editado por candidatos, partidos ou coligações ou de iniciativa de qualquer pessoa natural;

A previsão de tais hipóteses serviram como base para traçar uma régua nas ações que os candidatos poderiam valer-se para realizar sua promoção, além de buscar respeitar o princípio da paridade de armas entre os candidatos, evitando com que cada um pudesse utilizar-se dos meios da internet de maneira desenfreada e sem controle.

O Artigo 57 - C veda as propagandas pagas e a vinculação de propaganda em sites de pessoas jurídicas ou sites oficiais da administração pública direta ou indireta, sob pena de multa.

Destaca-se o mesmo na íntegra:

Art. 57 - C. Na internet é vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda paga. §1º É vedada, ainda que gratuitamente, a veiculação de propaganda eleitoral na Internet, em sítios: I- De pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos; II- Oficiais ou hospedados por órgãos ou entidades da administração pública direta ou indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. §2º A violação do disposto neste artigo sujeita o responsável pela divulgação da propaganda e, quando comprovado seu prévio conhecimento, o beneficiário à multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais).

Em meio a uma época em que os meios digitais interagem diretamente com o dinheiro, tal limitação do artigo 57 evita com que os candidatos utilizem de mecanismos que diversas redes sociais (*Facebook, Instagram, TikTok*) oferecem de pagamento de valores para promoção de seus posts, podendo ainda haver o direcionamento específico ao público de interesse.

De modo contrário, a Lei 13.488/2017 possibilitou o impulsionamento de conteúdo pelos candidatos:

Considera-se impulsionamento de conteúdo o mecanismo ou serviço que, mediante contratação com os provedores de aplicação de internet, potencializem o alcance e a divulgação da informação para atingir usuários que, normalmente, não teriam acesso ao seu conteúdo. (artigo 32, XIII – Resolução nº 23.551/2017, TSE)

Tal possibilidade possui limites, sendo a única exceção de pagamento de propaganda por candidatos, além de respeitar limites de gastos, provedor de aplicação com sede e foro no País, a fim de evitar abusos eleitorais que tornem as eleições uma verdadeira disputa para “conquistar clientes”, deixando de lado aspectos políticos, ideológicos que deveriam ser passados aos eleitores, tornando estes meros alvos para comprar seu voto.

Outro ponto importante ligado ao contexto atual da Era Digital, trata-se da vedação do artigo 57 - E em utilizar, doar ou ceder cadastro eletrônico de clientes, em favor de candidatos, partidos ou coligações.

Atualmente qualquer site acessado recolhe informações dos clientes, sejam informações básicas utilizadas para fortalecer os mecanismos de vendas de lojas ou até mesmo captação de dados sensíveis de cada pessoa. Empresas especializadas na captação de tais dados possuem

em suas mãos arma poderosa, na medida em que essas informações poderiam ser utilizadas por candidatos e partidos para direcionamento de suas campanhas, sendo o artigo 57 - E imprescindível para preservação de tais dados, sendo vedado a venda ou cessão gratuita dos mesmos.

Candidatos já perceberam a importância dos meios digitais para realização de suas campanhas e investem cada vez mais em tal mecanismo de propaganda para alcançar público alvo. Porém mesmo com a alta quantidade de usuários de redes sociais, muitos eleitores sentem aversão a tal propaganda e por vezes não gostam das abordagens feitas pelos candidatos em mídias sociais. Em relação a esse ponto o artigo 57 - G traz a possibilidade de descadastramento pelo destinatário para o não recebimento de mensagens eletrônicas do candidato. Destaca-se que a previsão do artigo já é amplamente utilizada por sites que sempre mandam mensagens em correio eletrônico, sendo uma prática saudável que possibilita ao destinatário a não perturbação com mensagens de propagandas.

#### **4. PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET**

##### **4.1. O AVANÇO TECNOLÓGICO**

A propaganda eleitoral através da internet ganhou mais força a partir do século XXI, no qual obteve-se o maior crescimento tecnológico de toda a humanidade, como grande ator desse processo pode ser citado a criação e expansão da internet. Acompanhando a internet diversos equipamentos e mecanismos foram criados com objetivo de alavancar as relações existentes entre pessoas e mundo digital, entre elas as redes sociais.

Tendo em vista a grande expansão da internet como *latu senso*, milhares de pessoas começaram a integrar esses ambientes digitais com objetivo de fazer uso de tais tecnologias, além de despertar um sentimento de pertencimento social, uma vez que cada vez mais pessoas estão conectadas e outras milhares querem fazer parte desse universo.

O governo através da Administração Direta e Indireta também viu nessa explosão de tecnologias diversas a necessidade de modernização de segmentos da administração pública. Percebe-se uma grande quantidade de serviços que podem ser feitos de forma digital atualmente, substituindo longas filas existentes em um passado próximo.

Vários são os exemplos que possibilitam essa participação do cidadão no Estado por meio da tecnologia, mais precisamente pela internet: denúncias da sociedade,

obrigatoriedade das contas públicas, programa do governo eletrônico, infraestrutura de chaves públicas, sistema de compras públicas, pregão eletrônico, receita federal virtual, entre outros. (MANGRICH, 2005)

A própria Justiça Eleitoral realizou modernizações no sistema eleitoral, principalmente com a urna eletrônica, inovação que surgiu no ano de 1996 e trouxe segurança ao processo eleitoral. Além dessa inovação, podemos citar o aplicativo e-título e o cadastro biométrico.

O ano de 1996 é um marco na história da informatização do processo eleitoral brasileiro, quando eleitores de 57 cidades tiveram o primeiro contato com a urna eletrônica. Nas Eleições Municipais de 1996, os votos de mais de 32 milhões de brasileiros – um terço do eleitorado da época – foram coletados por cerca de 70 mil urnas eletrônicas.(Justiça Eleitoral)

Diante de tal avanço tecnológico em vários setores, a propaganda política também viu oportunidade nessa Era Digital, principalmente através das redes sociais, meio social que atrai atualmente quantidade de eleitores bem significativa para os candidatos, tendo em vista a quantidade cada vez maior de usuários de redes sociais e internet no Brasil. Ressalta-se importante conclusão feita por José Jairo Gomes em sua obra: p.795.

Novas tecnologias alteraram profundamente as relações na sociedade globalizada e a própria forma das interações individuais. A política necessita da mídia e dos processos de comunicação social para a sua realização. Cada vez mais, a propaganda político-eleitoral deixa as ruas para concentrar-se nas redes sociais.

Conforme noticiado pelo Estadão (2018), segundo dados do Comitê Gestor da Internet no Brasil CGI.br, o número de internautas no Brasil saltou de 34% em 2008 para 61% em 2016, e segundo relato, no mesmo período, o uso diário foi de 53% para 86%.

## **4.2. EXEMPLOS DE UTILIZAÇÃO DA PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET**

### **4.2.1. ELEIÇÕES AMERICANAS DE 2008**

Considerado para muitos doutrinadores como a primeira eleição em que a internet teve papel importante na propaganda eleitoral, as eleições americanas de 2008 trouxeram uma nova abordagem nesse aspecto eleitoral.

Nas eleições em questão, o candidato Barack Obama utilizou as redes sociais como mecanismo imprescindível de aproximação com os eleitores, tendo participado ativamente com posts e interação, o que resultou em sua vitória e um mandato com a presença do mesmo nas redes sociais, alertando o mundo inteiro para a importância que as redes sociais podem ter em eleições.

O site da Câmara de Deputados publicou dados significativos para exemplificar essa campanha efetiva de Barack Obama, durante o período da propaganda eleitoral, Obama possuía cerca de 120 mil seguidores no Twitter (o que dois anos após saltou para 4,6 milhões de seguidores), 2,3 milhões de membros em um grupo criado no Facebook e um vídeo no YouTube que teve 11 milhões de acessos. Até mesmo naquela época, estes números pareciam insignificantes perante o predomínio de outras mídias, mas tinham forças o bastante para fazer a diferença nas eleições.

#### **4.2.2. ELEIÇÕES E MANIFESTAÇÕES BRASIL 2014**

Com a crescente alta dos números de usuários das redes sociais e com os casos de sucesso de candidatos que utilizaram desse novo meio de propaganda eleitoral através da internet, logo a novidade chegou ao Brasil, tendo grande influência nas eleições e manifestações realizadas no país.

Em 2013 ocorreu uma grande manifestação no Brasil, na qual pleiteava-se contra abusos econômicos cometidos, onde a população mostrava-se inconformada com a situação que enfrentava. Com o ápice das redes sociais no ano de 2013/2014 as redes sociais tiveram grande papel em tal manifestação, uma vez que além de servirem para organizarem os movimentos, ela foi utilizada como meio para espalhar a indignação dos brasileiros, sendo postadas diversas fotos, vídeos sobre todos acontecimentos, o que auxiliou a adesão histórica por parte dos brasileiros ao protesto marcante na história do país.

O Artigo de autoria Massuchin, M., & Tavares, C. (2016) destaca a importância que as redes sociais tiveram para difundir as manifestações e fazer com que a mesma fosse uma das maiores realizadas no país:

Segundo matéria publicada no site BBC News Brasil (2013), no período em que ocorreram as manifestações, através de um levantamento realizado pelo Serasa Experian e divulgado pelo jornal Valor Econômico, redes sociais foram utilizadas pelos internautas afim de transmitirem a insatisfação com a situação, acompanharem

e apoiarem as manifestações, a exemplo do Facebook, rede social acessada por 70% dos brasileiros no primeiro dia de manifestos e do Twitter, que em todo período computou menções de palavras como “Brasil” 11 milhões de vezes e “Protesto” 2 milhões de vezes.

Logo em 2014, ano de eleições presidenciais no Brasil, o movimento da propaganda eleitoral pela internet continuou com seu protagonismo, sendo grande mecanismo utilizados pelos candidatos à presidência e para análise do período artigo da Michele Goular Massuchin traz detalhes das estratégias utilizadas por Dilma Rousseff, Marina Silva e Aécio Neves através das redes sociais.

O artigo supracitado faz uma análise a partir de amostra dos posts de cada candidato no primeiro turno das eleições e comprova o que o mundo começou vivenciando em 2008, a importância das redes sociais para as eleições.

A autora aborda o papel que o Facebook assumiu em tais eleições, sendo grande responsável por levar informações e conseqüentemente amplamente utilizado pelos candidatos.

Isso demonstra a importância da rede enquanto fonte de informação, principalmente por atingir até mesmo aquele cidadão que não está em contato direto com o conteúdo da página. Aggio e Reis (2013) lembram que ações interativas com os posts podem ampliar a visibilidade e levar outras pessoas a tomarem iniciativas de interação semelhantes, além de colocar em contato com o candidato pessoas que não se dispuseram a buscá-lo num primeiro momento.

### **4.2.3. ELEIÇÕES 2018**

As eleições presidenciais de 2018 no Brasil foram marcadas por ampla difusão de notícias falsas, tanto como notícias relacionados a candidatos e assuntos pertinentes a temas diretamente ligados aos candidatos, assim como *fake news* sobre aspectos eleitorais de forma geral.

Diogo Rais, professor de Direito Eleitoral e pesquisador de Direito e Tecnologia, entende que “no contexto jurídico, *fake news* é o conteúdo comprovada e propositadamente falso, mas com aparência de verdadeiro, capaz de provocar algum dano, efetivo ou em potencial”, estipulando três elementos à caracterização das *fake news*, quais sejam, falsidade, dolo e dano (CONJUR, 2018). A melhor definição para *fake news* não é notícia falsa, é notícia fraudulenta.



A própria Justiça Eleitoral foi alvo de *fake news*, na oportunidades foram espalhadas notícias em grupos de redes sociais, difundindo informações falsas relativas a proibição de votar em 2018 para as pessoas que não compareceram às urnas em 2016.

Além dessa notícia falsa, foi informado que seria aplicado uma multa de \$150,00 para quem não realizasse o cadastramento biométrico. Ambas notícias são falsas, sendo que o cadastro biométrico não era obrigatório em tal oportunidade, e para o cancelamento do título e conseqüentemente perda do direito de votar, são necessários mais requisitos, como não votar nem justificar nas últimas 2 eleições.

Ainda sobre *fake news* sobre a Justiça Eleitoral, candidatos espalharam mensagens através de robôs sociais que fazem o trabalho de difundir mensagens de forma robotizada e automática, visando inserir notícias falsas que possam prejudicar ou atrapalhar candidatos que tenham relação com o conteúdo das mensagens.

Mas o que são robôs sociais? Grosso modo, são contas controladas por um programa que geram conteúdos e interagem com não robôs. Na política, um dos objetivos deles é ter um comportamento similar ao humano, o que permite interferir em debates espontâneos e até criar discussões. Vale frisar, no entanto, que os robôs sociais também podem contribuir positivamente para a sociedade, a exemplo dos *chatbots* (chats operados por robôs) que facilitam o atendimento a consumidores. JARDELINO, F.; BARBOZA CAVALCANTI, D.; PERSICI TONIOLO, B. A proliferação das *fake news* nas eleições brasileiras de 2018.

O trabalho realizado por TONIOLO 2021, traz uma análise empírica sobre algumas *fake news* que foram veiculadas em 2018 nas redes sociais, trazendo resultados baseados no *Google Trends*, plataforma do google que monitora os termos mais pesquisados que mostram tendências de acordo com o momento vivido na sociedade.

A pesquisa tomou por base os termos kit gay, fraude nas urnas e Jesus é travesti e constatou que todos termos tiveram um crescimento substancial a partir do momento em que começaram a serem difundidas em redes sociais, trazendo consigo modulações de pensamentos e influências diretamente ou indiretamente na escolha de seu candidato.

Nos três casos analisados, identificamos uma busca crescente pelos assuntos conforme eles eram mencionados na campanha presidencial e principalmente no dia da eleição, quando essas mensagens poderiam ter um papel fundamental na escolha do voto. Essa pesquisa não pode, porém, confirmar a hipótese de que as *fake news* estudadas

desempenharam um papel significativo no rumo da eleição de 2018, favorecendo de maneira positiva a eleição do hoje presidente Jair Bolsonaro.

Conforme conclusão chegada pelos autores do trabalho, não é possível atribuir a vitória de um candidato diretamente a propagandas eleitorais realizadas pelo internet, assim como às *fake news*, porém percebe-se a cada dia a maior importância e contribuição que os meios sociais podem trazer para as eleições, seja exercendo influência aos eleitores, candidatos ou ao sistema eleitoral como um todo, cabendo, portanto mecanismos de maior regulamentação e controle.

## 5. COMBATE AOS ABUSOS EM CAMPANHAS ELEITORAIS

Em momento anterior no trabalho em questão foi apresentado legislações referentes ao uso das propagandas eleitorais através da internet, porém diversas situações ainda não possuem previsão legislativa e por vezes cabe ao TSE e TRE's resolverem situações que afrontam o sistema eleitoral e merecem ser protegidos, principalmente devido aos amplos meios de divulgação tornarem-se perigosos a garantia do Estado Democrático de Direito, conforme expõe José Jairo Gomes, as propagandas apresentam-se como meio poderoso de influência no meio eleitoral:

“Não há dúvida de que a propaganda pode transformar-se em perigoso instrumento de manipulação coletiva, sendo, ainda, fundamental para a manutenção do poder. Por isso, a ninguém é dado ignorá-la, muito menos o Estado Democrático de Direito, comprometido que se encontra com os direitos fundamentais da pessoa humana.” José Jairo Gomes

As eleições de 2018 foram marcadas pela disseminação de *fake news* principalmente por parte de candidatos, conforme já exposto anteriormente. Nessa situação o TSE foi motivado a tomar decisão, na qual mandou o Facebook retirar conteúdo de 5 postagens que traziam notícias falsas sobre a candidata Marina Silva, associando a mesma à Operação Lava Jato (TERRA, 2018).

Segue trecho do voto do relator:

[...] Como a recepção de conteúdos pelos seres humanos é seletiva e a desinformação reverbera mais que a verdade, o uso de *fake news* é antigo e eficaz mecanismo para elevar o alcance da informação e, como consequência, enfraquecer candidaturas. [...] As matérias falsas, de cunho sensacionalista tendem à repercussão fácil, a viralizar, a tornar-se *trend topics* mais rapidamente do que aquelas produzidas por jornalistas zelosos que praticam a checagem dos fatos. É a força da mentira vencendo os reais

acontecimentos, a qual estimula a polarização política desmedida, gerando terreno fértil para a desinformação do eleitor. [...] a intervenção da Justiça Eleitoral, até pela importância das mídias sociais nestas eleições de 2018, deve ser mínima, mas cirúrgica. É saber estabelecer o contraponto entre o direito à liberdade de expressão, consagrado na Constituição Federal de 1988, e o direito também constitucional e sagrado de bem exercer a cidadania ativa, no sentido de garantir-se a todos o direito de votar de forma consciente, a partir de concepções fundadas na verdade dos fatos, buscando a aderência do resultado eleitoral a real vontade dos eleitores. (TSE-REPRESENTAÇÃO: 0600546-70.2018.6.00.0000. Brasília – DF, Relator: Min. Sérgio Banhos, data de julgamento: 07/06/2018)

Outro caso em que houve necessidade da atuação da justiça eleitoral frente a falta de regulamentação específica sobre o tema ocorreu nas eleições de 2018, porém para a disputa de Senador.

Nas eleições de 2018, foi verificado a presença de irregularidades em relação a propaganda paga realizada através de impulsionamento pelo candidato ao Senado Jilmar Tatto. O mesmo utilizou-se do nome do candidato concorrente Ricardo Tripoli para que no momento em que fosse pesquisado o nome deste, fosse direcionado para o site de Jilmar Tatto, caracterizando forma irregular de utilização do mecanismo de impulsionamento. O Tribunal Regional Eleitoral do Estado de São Paulo, decidiu liminarmente a suspensão do anúncio, assim como a exclusão definitiva e pagamento de multa no valor de R\$20.000,00 em momento posterior. (TRE-SP, 2018).

Vários são os casos em que a Justiça Eleitoral precisou intervir para exercer controle com os candidatos, sendo um mais recente novamente sobre a propaganda eleitoral paga. Em 2018, uma pessoa natural organizou publicações e utilizou do recurso de impulsionamento para promovê-las no Facebook a favor do candidato Bolsonaro. O TSE decidiu pela aplicação de multa de R\$10.000,00 a Luciano Hang, momento em que a corte decidiu ilegal a possibilidade ser feito impulsionamento por pessoas naturais, uma vez que inviabilizaria a fiscalização dos conteúdos, além do controle de gastos das campanhas.

ELEIÇÕES 2018. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL. INTERNET. PUBLICAÇÃO. REDE SOCIAL. IMPULSIONAMENTO. PESSOA NATURAL. VEDAÇÃO. PROCEDÊNCIA PARCIAL.

1. A ressalva de impedimento para utilização do impulsionamento por pessoas naturais está relacionada à necessidade de controle dos gastos de campanha, de modo

a possibilitar a fiscalização, pela Justiça Eleitoral, das quantias destinadas por cada candidato.

2. Os elementos que levam ao entendimento de que determinada publicação configura propaganda eleitoral são, dentre outros, a forma ostensiva de promover o candidato, bem como a demonstração do vínculo existente entre o usuário da aplicação da Internet e o conteúdo divulgado, por meio de contratação de impulsionamento eletrônico ou link patrocinado, realizada com a intenção de difundir uma candidatura.

3. Em relação a alegação de prévio conhecimento do beneficiário, não há prova nos autos que demonstre nexos de causalidade entre o candidato ou pessoas ligadas a ele e a divulgação da propaganda.

4. O fornecimento de dados no âmbito das representações eleitorais abrange as informações relacionadas ao registro do número de IP (Internet Protocol), acompanhada da data e hora do acesso em que utilizada determinada aplicação de Internet, o que viabilizaria futura identificação do usuário responsável pela publicação do conteúdo danoso. Assim, na controvérsia envolvendo publicação de cunho eleitoral promovida por pessoa natural, qualificada pelo impulsionamento de conteúdos - exatamente como ocorre na hipótese dos autos -, o enfoque pelo qual deve se pautar esta Justiça especializada é o de contenção de danos, atuando prontamente na remoção do ilícito, aplicando, inclusive e se for o caso, a sanção de multa ao responsável pela divulgação e, quando comprovado o prévio conhecimento, também ao beneficiário (art. 57-D, § 1º, da Lei nº 9.504/1997). As demais esferas de responsabilização devem ficar, se for o caso, para serem apuradas em procedimentos próprios.

5. Pedidos parcialmente procedentes, para confirmar os efeitos da tutela de urgência deferida e para acolher a pretensão relacionada à condenação do representado ao pagamento de multa.

Mesmo com a previsão legislativa no artigo 57 - B da Lei 9.504/97 que veda a hospedagem de sites, blogs em provedores de internet localizados no país, candidatos vão contra disposições e fazem com a atuação da Justiça Eleitoral coíba tais situações problemáticas que podem influenciar o processo eleitoral, principalmente com a interferência de outros países no pleito eleitoral brasileiro. Segue legislação e ementa da jurisprudência citada:

Art. 57-B. A propaganda eleitoral na internet poderá ser realizada nas seguintes formas: (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009) (Vide Lei nº 12.034, de 2009)

I - em sítio do candidato, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de internet estabelecido no País; (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

II - em sítio do partido ou da coligação, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de internet estabelecido no País; (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

AGRAVO REGIMENTAL. RECURSO ESPECIAL. ELEIÇÕES 2018. REPRESENTAÇÃO. GOVERNADOR. ART. 57-B, I, II E IV, § 5º, DA LEI 9.504/97. PROPAGANDA ELEITORAL IRREGULAR. INTERNET. BLOG. HOSPEDAGEM DIRETA OU INDIRETA EM PROVEDOR LOCALIZADO NO PAÍS. OBRIGATORIEDADE. MULTA. DESPROVIMENTO. 1. Para fins de incidência do art. 57-B, I e II, da Lei 9.504/97, inexistente diferença entre blog e sítio, pois ambos devem ser hospedados, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de internet estabelecido no país, medida que visa facilitar a fiscalização e a reprimenda a cargo da Justiça Eleitoral. 2. Na espécie, a manutenção de blog hospedado no exterior e que foi utilizado pelo agravante para divulgar propaganda eleitoral antecipada atrai a multa do § 5º do mesmo dispositivo. 3. Para reformar o aresto regional e afastar a existência de propaganda extemporânea ou os fundamentos da aplicação de multa acima do mínimo legal, seria necessário o reexame de fatos e provas, procedimento que encontra obstáculo na Súmula 24/TSE. 4. A sanção por desvios no regramento da propaganda eleitoral não viola a liberdade de expressão e de imprensa, pois não há garantia absoluta no Estado Democrático de Direito. Precedentes. 5. Agravo regimental desprovido.

Tendo em vista a falta de regulamentação específica, não que a mesma seja por total omissão dos legisladores e órgãos responsáveis, entende-se que o ambiente da internet possui milhares de opções e ferramentas que são difíceis de se controlar de maneira total, porém mostra-se necessário auxílio aos órgãos da Justiça Eleitoral para combater possíveis irregularidades, seja por parte dos próprios eleitores e também pelas mídias sociais.

O aplicativo WhatsApp limitou o número de pessoas que é permitido encaminhar mensagens, visando coibir qualquer tipo de conteúdo que seja afrontoso à população, principalmente conteúdos que tragam crimes envolvidos.

O próprio Facebook faz combate direto a possíveis publicações que afrontam direitos de forma geral, como por exemplo foi veiculado na revista Veja que foram removidos 196 páginas e 87 perfis brasileiros da rede social. Constataram-se que as páginas não traziam informações verdadeiras e confiáveis, gerando informações desencontradas com a verdade.

Para as eleições de 2022 já foram iniciados tratamentos para melhor regulamentação das informações e propaganda veiculadas no Facebook e Instagram. (TSE, 2022). Contra *fake news*, Instagram e Facebook colocam avisos em postagens sobre Eleições 2022 — Tribunal Superior Eleitoral (tse.jus.br), segue trecho da matéria:

A partir desta sexta-feira (10), postagens sobre as Eleições 2022 que forem publicadas no Facebook e no Instagram, pertencentes à empresa Meta, passam a ser marcadas com um aviso sobre o assunto. Sempre que os sistemas das duas redes sociais identificarem o tema, um cartão com links para o Portal da Justiça Eleitoral será exibido. A iniciativa faz parte da parceria do Facebook e do Instagram com o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) no combate à desinformação, e visa proteger o processo democrático e ajudar as pessoas a terem acesso a informações confiáveis.

De tal forma a internet apresenta-se como novo meio para viabilizar uma propaganda política a população cada vez mais digital e online, sendo meio cabível e eficaz de informações, porém que deve ser controlado e estabelecido limites pela Justiça Eleitoral e outros atores sociais, a fim de evitar um abuso eleitoral e conseqüentemente corrompimento do processo eleitoral. É válido reafirmar a fala do Ministro Barroso, que em Congresso Internacional lembrou que caso o abuso através de *fake news* ou propagandas ilegais seja com dimensões que possam alterar efetivamente o curso de uma eleição, todo processo eleitoral seria anulado e proposto novas eleições.

“o artigo 222 do Código Eleitoral prevê a anulação de uma eleição qualquer se o resultado for fruto de uma *fake news* difundida de forma massiva e influente no resultado”. Se a votação estiver “viciada de falsidade, fraude, coação, uso de meios de que trata o artigo 237 [interferência do poder econômico e o desvio ou abuso do poder], ou emprego de processo de propaganda ou captação de sufrágios vedado por lei”, poderá ser anulada.

## 6. CONCLUSÃO

A partir da década de 2000 o mundo iniciou uma revolução tecnológica sem limites para ser encerrada. Gradativamente a cada ano novas tecnologias surgem e levam consigo milhares de usuários. Entre tais tecnologias, as redes sociais surgiram e ganharam um protagonismo imensurável, tendo em vista atrair milhões de pessoas a compartilharem informações e também receberem informações.

Conforme o estudo em questão apresentou, toda sociedade teve que realizar adaptações para conviver com a nova era digital, inclusive o Poder Público.

No aspecto eleitoral, inovações foram trazidas pela Justiça Eleitoral para beneficiar a população, assim como novidades legislativas foram incluídas para adaptação à Era Digital.

No tocante das propagandas eleitorais, alvo desse trabalho, percebeu-se que a Justiça Eleitoral, mediante falta de regulamentação, realizou alterações básicas na legislação, a fim de melhor adequar à lei às situações vivenciadas pelos candidatos.

Apesar de terem sido feitas tímidas alterações, a legislação atual ainda não consegue abranger todas as situações provenientes das inovações que a internet trouxe para a sociedade e também para o Direito Eleitoral, em específico para a propaganda eleitoral. Não se pode culpar o legislador pela falta de previsão legislativa completa, tendo em vista que o universo da internet de forma geral traz muitos aspectos diferentes para serem regulamentados, porém o mínimo que se espera é que aspectos básicos consigam ser abordados a fim de garantir um processo eleitoral justo para candidatos e para eleitores.

Tendo em vista a falta de regulamentação específica, os órgãos da Justiça Eleitoral se vem como protagonistas no combate a irregularidades provenientes da propaganda eleitoral ilegal e exercem o controle de tais ações, contando ainda com a participação de empresas de redes sociais que cada vez mais tentam filtrar informações falsas ou incompatíveis com os direitos estabelecidos na Constituição.

Portanto, mostra-se necessário a maior previsão legislativa que consiga abordar situações importantes na esfera da propaganda eleitoral na internet, a fim de evitar com que candidatos utilizem as variadas ferramentas de modo abusivo e conseqüentemente possam ser eleitos baseados em atitudes ilegais que tratam os eleitores como simples alvos a serem “comprados” através de propaganda eleitoral ilegal nos meios digitais.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Constituição (1824). **Constituição Política do Império do Brasil**. Rio de Janeiro, 1824. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao24.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao24.htm)>. Acesso em: 18 mar. 2021.

BRASIL. Constituição (1934). **Constituição da República dos Estados Unidos do Brasil**. Rio de Janeiro, 1934. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao34.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao34.htm)>. Acesso em: 19 mar. 2021.

BRASIL. Constituição (1937). **Constituição dos Estados Unidos do Brasil**. Rio de Janeiro, 1937. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao37.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao37.htm)>. Acesso em: 19 mar. 2021.

BRASIL. Constituição (1946). **Constituição dos Estados Unidos do Brasil**. Rio de Janeiro, 1946. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao46.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao46.htm)>. Acesso em 19 mar. 2021.

BRASIL. Constituição (1967). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, 1967. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao67.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao67.htm)>. Acesso em: 19 mar. 2021.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Acesso em: 18 mar. 2021.

BRASIL. **Decreto nº 21.076, de 24 de fevereiro de 1932**. Decreta o Código Eleitoral. Rio de Janeiro, 24 fev. 1932. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-21076-24-fevereiro-1932-507583-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 19 mar. 2021.

BRASIL. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014**. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Brasília, DF, 23 abr. 2014. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm)>. Acesso em: 02 nov. 2021.

BRASIL. **Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965**. Institui o Código Eleitoral. Brasília, DF, 19 jul. 1965. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l4737compilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4737compilado.htm)>. Acesso em: 04 ago. 2020.

BRASIL. **Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997**. Estabelece normas para as eleições. Brasília, DF, 01 out. 1997. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9504.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9504.htm)>. Acesso em 05 ago. 2020.



CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Eleição de Barack Obama mostrou força da campanha on-line.** 16 ago 2010. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/142758-eleicao-de-barack-obama-mostrou-forca-da-campanha-on-line/>. Acesso em: 05 fev. 2022.

**Contra fake news, Instagram e Facebook colocam avisos em postagens sobre Eleições 2022** — Tribunal Superior Eleitoral (tse.jus.br) Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2021/Dezembro/contra-fake-news-instagram-e-facebook-colocam-avisos-em-postagens-sobre-eleicoes-2022> > Acesso em: 20 de jan.2022.

**Eleições mexicanas são tomadas por notícias falsas no WhatsApp e ilustram o que pode ocorrer no Brasil.** 30/06/2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-44651398> Acesso em; 20 jan. 2022.

**WhatsApp limita mensagens na Índia após notícias falsas levarem a linchamentos.** 21/07/2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/salasocial-44897990> Acesso em: 20 set. 2022.

FERREIRA, Manoel Rodrigues. **A evolução do Sistema Eleitoral Brasileiro.** 2. ed. Brasília: Secretaria de Documentação e Informação do Tribunal Superior Eleitoral, 2005.

GOMES, José Jairo. **Direito Eleitoral.** 16. ed. São Paulo: Atlas, 2020.

**Urna eletrônica 25 anos, 2021.** Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2021/Maio/urna-eletronica-25-anos-lancado-em-1996-equipamento-e-o-protagonista-da-maior-eleicao-informatizada-do-mundo>. Acesso em: 30 de jan. 2022.

JARDELINO, F.; BARBOZA CAVALCANTI, D.; PERSICI TONIOLO, B. **A proliferação das fake news nas eleições brasileiras de 2018.** Comunicação Pública, [S. l.], v. 15, n. 28, 2021. DOI: 10.4000/cp.7438. Disponível em: <https://journals.ipl.pt/cpublica/article/view/99>. Acesso em: 30 jan. 2022.

**Seminário Internacional: as duas faces da tecnologia no combate as fake news.** 21/06/2018. Disponível em: <[http://www.tse.jus.br/imprensa/no-Propaganda política eleitoral na internet432ticias-tse/2018/Junho/seminario-internacional-as-duas-faces-da-tecnologia-no-combate-as-fake-news](http://www.tse.jus.br/imprensa/no-Propaganda-politica-eleitoral-na-internet432ticias-tse/2018/Junho/seminario-internacional-as-duas-faces-da-tecnologia-no-combate-as-fake-news)> Acesso em: 12 nov. 2021.

Massuchin, M., & Tavares, C. (2016). **Campanha eleitoral nas redes sociais: estratégias empregadas pelos candidatos à Presidência em 2014 no Facebook.** *Compólitica*, 5(2), 75-112. Disponível em: <https://doi.org/https://doi.org/10.21878/compolitica.2015.5.2.87> > Acesso em: 20 de Janeiro de 2022.

MELO FILHO. Luiz Gonzaga Pereira de. **O Direito Eleitoral e sua Evolução Histórica.** 2013. Disponível em: < <https://conteudojuridico.com.br/consulta/Artigos/36946/o-direito-eleitoral-e-sua-evolucao-historica>> Acesso em: 12 novembro 2021.

SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL. ADI 6225 DF. Relatora Ministra Cármen Lúcia. Disponível em: <<https://stf.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/1273329281/acao-direta-de-inconstitucionalidade-adi-6225-df/inteiro-teor-1273329289>>. Acesso em: 03 nov. 2021.

TSE. **Seminário Internacional Fake News e Eleições.** Brasília, DF: Anais, 2019.

VEJA 2018. **Facebook remove 196 páginas do Brasil sob acusação de “desinformação”**. 25/07/2018. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/brasil/facebook-retira--do-ar-196-paginas-sob-acusacao-de-fake-news/>> Acesso em: 16 de janeiro de 2022.

TERRA 2018. **Eleições foram as mais comentadas da história do facebook**. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/noticias/brasil/politica/eleicoes--foram-as-mais-comentadas-da-historia-do-facebook,d3d14011aa5e8410VgnCLD200000b2bf46d0RCRD.html>> Acesso em: 16 de Janeiro de 2022.

TRE – SP 2018. **TRE condena Jilmar Tatto por propaganda irregular e impõe multa de R\$ 20 mil**. 14/09/2018. Disponível em: <<http://www.tre-sp.jus.br/imprensa/noticias-tre-sp/2018/Setembro/tre-condena-jilmar-tatto-por-propaganda-irregular-e-impoe-multa--de-r-20-mil>> Acesso em:

Comunicação Pública, [S. l.], v. 15, n. 28, 2021. DOI: 10.4000/cp.7438. Disponível em: <https://journals.ipl.pt/cpublica/article/view/99>. Acesso em: 30 jan. 2022.

CONJUR 2018. **Entrevista Diogo Rais professor direito eleitoral**. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/2018-ago-12/entrevista-diogo-rais-professor-direito-leitoral>> Acesso em: 16 de Janeiro de 2022.

RAMAYA, Marcos. 2017. **Direito Eleitoral Histórico e Conceituação**. Disponível em: <https://www.impetus.com.br/artigo/1019/direito-eleitoral-historico-e-conceituacao>. Acesso em: 15 de Janeiro de 2022.

**Evolução da Justiça Eleitoral**. Disponível em: <https://www.tre-pi.jus.br/o-tre/o-tre-pi/memoria-e-cultura/evolucao-da-justica-eleitoral-no-brasil> > Acesso em: 15 Janeiro de 2022.