

# PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET: IMPULSIONAMENTO E DISPARO EM MASSA NAS ELEIÇÕES DE 2020

Lindson Miranda de Freitas<sup>1</sup>, Luiz Gustavo Ribeiro Santana<sup>2</sup>, André Luiz Peruhype Magalhães<sup>3</sup>

## Resumo

Com a proximidade das Eleições de 2020 o aumento na utilização da internet nas campanhas eleitorais fez crescer o receio acerca da legislação eleitoral não ser capaz de abarcar as situações inovadoras apresentadas. Este estudo busca analisar a recente evolução da legislação eleitoral, com foco em suas resoluções, frente as inovações tecnológicas para impulsionamento de propaganda eleitoral na internet e o disparo em massa de conteúdo.

**Palavras-chave:** Propaganda eleitoral; impulsionamento; disparo em massa.

## Abstrat

With the approach of the 2020 Elections, the increase in the use of the internet in electoral campaigns increased the fear about the electoral legislation not being able to cover the innovative situations presented. This study seeks to analyze the recent evolution of electoral legislation, focusing on its resolutions, in the face of technological innovations to boost electoral advertising on the internet and the mass shooting of content.

**Keyword:** electoral advertising, boosting, mass shooting

---

<sup>1</sup> Acadêmico do 9º período do Curso de Direito da Universidade Presidente Antônio Carlos de Teófilo Otoni/MG - UNIPAC. E-mail: lindson12@hotmail.com

<sup>2</sup> Acadêmico do 9º período do Curso de Direito da Universidade Presidente Antônio Carlos de Teófilo Otoni/MG - UNIPAC. E-mail: lg.santana@outlook.com

<sup>3</sup> Professor Orientador. Professor do Curso de Direito da Fundação Presidente Antônio Carlos – FUPAC Teófilo Otoni – MG. E-mail: andrepmagalhaes@hotmail.com

## 1. Introdução

O aumento do acesso à internet pelos brasileiros tem possibilitado maior uso das redes sociais e de aplicativos de mensagens. Segundo o Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação, consubstanciado em dados de sua pesquisa de acompanhamento de acesso à Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) de 2019, 74 % (setenta e quatro por cento) dos brasileiros tem acesso à internet<sup>4</sup>. Tem-se que o alcance dos mecanismos disponíveis na rede para levar a mensagem direta e segmentada, do candidato para o eleitor, supera o das tradicionais mídias.

Nos debates realizados no Seminário Internacional Fake News e Eleições, em 2019, surgiu a preocupação dos setores atuantes nas eleições na atual legislação eleitoral que regula a forma de apresentação da propaganda eleitoral, principalmente após a permissão, pelo legislador, de se utilizar propaganda paga na internet permitindo seu impulsionamento.

Conforme divulgado, a plataforma de mensagens WhatsApp (2019)<sup>5</sup> sugeriu regras que vedam expressamente os disparos em massa via aplicativos de troca de mensagens.

Saliente-se que esta preocupação foi externada pela principal fonte de informação dos brasileiros segundo pesquisa realizada pela Câmara dos Deputados e pelo Senado (2019)<sup>6</sup>. Reforça o alcance das mídias sociais a informação de que quase metade dos entrevistados afirmaram que decidiu o voto levando em consideração informações vistas em alguma rede social.

Neste contexto este estudo analisará a legislação eleitoral vigente, com foco em suas resoluções, para verificar a sua evolução frente as inovações tecnológicas para impulsionamento de propaganda eleitoral na internet e o disparo em massa de mensagens.

Para realizar este estudo delimitou-se como objetivos específicos descrever as características da propaganda eleitoral em geral e, especificamente, da propaganda

---

<sup>4</sup> <https://cetic.br/pt/noticia/tres-em-cada-quatro-brasileiros-ja-utilizam-a-internet-aponta-pesquisa-tic-domicilios-2019/>

<sup>5</sup> <https://agenciabrasil.ebc.com.br/justica/noticia/2019-11/whatsapp-quer-incluir-em-norma-eleitoral-proibicao-disparos-em-massa>

<sup>6</sup> <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-12/whatsapp-e-principal-fonte-de-informacao-do-brasileiro-diz-pesquisa>

eleitoral pela internet; descrever a legislação eleitoral e identificar a regulação da propaganda eleitoral pela internet.

Parte-se da hipótese de que a legislação eleitoral brasileira é apta a acompanhar e regular a evolução tecnológica, pois possui mecanismos que permitem sua atualização mais célere, amoldando-se ao cenário eleitoral.

A avaliação da hipótese será por pesquisa básica pura, com objetivo descritivo, em abordagem qualitativa, sob o método hipotético-dedutivo e realizada com procedimentos bibliográficos e documentais.

Aborda-se inicialmente os aspectos gerais da legislação eleitoral, seus princípios, regras e funcionamento, leis específicas e resoluções. Adiante são descritas a propaganda eleitoral em geral, propaganda eleitoral por meio da internet, impulsionamento e disparo em massa.

## **2. Aspectos da Legislação Eleitoral**

A Constituição da República Federativa do Brasil, de 1988, estabelece que todo poder emana do povo, que o exerce por meio de representantes eleitos ou diretamente, nos termos desta Constituição (1988)<sup>7</sup>. Para que seja possível o processo de eleição dos representantes, existe um arcabouço jurídico-normativo, disposto em regras e princípios, que o regula de forma a lhe dar efetividade e transparência.

Neste sentido a legislação eleitoral seria um conjunto de leis disciplinadoras que rege e organiza o processo eleitoral no país. O Tribunal Superior Eleitoral (2020)<sup>8</sup> conceitua-a nos seguintes termos:

Consiste a legislação eleitoral em dispositivos constitucionais e legais – explicitados e detalhados em sucessivas resoluções do Tribunal Superior Eleitoral – que regem o exercício dos direitos políticos, o voto, a soberania popular e os demais direitos inerentes à cidadania, à nacionalidade, à constituição dos poderes do estado, bem assim os concernentes à instituição e funcionamento dos partidos políticos, ao sistema eleitoral e seu processo, às condições de elegibilidade e aos casos de inelegibilidade.

---

<sup>7</sup> [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)

<sup>8</sup> <http://www.tse.jus.br/eleitor/glossario/termos-iniciados-com-a-letra-l/#legislacao-eleitoral>

Diante da amplitude de cobertura do direito e, para que se possa entender a legislação eleitoral, faz-se necessário esclarecer que existem diversos ramos do Direito brasileiro. Dentre estes ramos, está o que se dedica ao arcabouço normativo sobre processo eleitoral, sistema complexo de leis, princípios e jurisprudência, para que se possa estabelecer um caminho a seguir dentre os possíveis. Este ramo seria designado como Direito Eleitoral, pertencente ao Direito Público, e se ocuparia dos aspectos atinentes ao processo eleitoral como um todo para que se possibilite a legitimação do mesmo (GOMES, 2020).

Saliente-se que o termo Direito Eleitoral pode, também, ser utilizado para designar não um ramo do Direito e sim a legislação específica deste segmento. Sob este aspecto teria, então, mais de um significado na sua concepção jurídica, (MACHADO, 2018).

Compreende-se que, de modo semelhante aos outros ramos do direito existentes, o direito eleitoral possui, dentre as suas fontes, regras e princípios que o regem. Dentre estes princípios, pode-se distinguir os gerais, comum a todos os ramos, e os específicos apenas a ele. Segundo Miguel Reale (2002, p. 225) “os princípios gerais de Direito põem-se, destarte, como as bases teóricas ou as razões lógicas do ordenamento jurídico, que deles recebe o seu sentido ético, a sua medida racional e a sua força vital ou histórica.” Complementa este entendimento, importante ensinamento de Eduardo Bittar (BITTAR, 2019, p. 335) esclarecendo que “os princípios especiais do Direito são aqueles propriamente afeitos a determinados ramos do Direito (...), obedecendo à lógica microssistêmica e interna de auto-organização de interfaces muito diferentes e especializadas do Direito.”

Consoante o ensinamento do professor Vânio Soares Guimarães (2012, p.7)<sup>9</sup>, “a doutrina aprecia a Constituição como norma suprema, tornando-a o fundamento de validade de todas as outras normas, que serão interpretadas e harmonizadas com os princípios e preceitos ali contidos.” Neste sentido o Direito Eleitoral não escapa à regra geral estabelecida pois a base da legislação eleitoral é a CRFB/1988. Corroborando este entendimento lição de Edson Resende de Castro (CASTRO, 2018, p. 9) que diz “o Direito Eleitoral busca sustentação, primeiramente, na Constituição Federal, onde se encontram suas principais regras e estão albergados seus princípios norteadores.”

---

<sup>9</sup> <https://www.portaldeperiodicos.idp.edu.br/observatorio/article/view/775/551>

Na lição de Gomes (2020, p. 105) “os princípios constituem uma dimensão do sistema jurídico, caracterizando-se por serem normas de importância fundamental, e, por isso mesmo, devem ser considerados quando da aplicação do Direito.” Mesmo entendimento se extrai dos ensinamentos de Jaime Barreiros Neto (2020, p. 43) “pois os princípios são normas com força imperativa apesar das adversidades devidas principalmente a abrangência geral e abstração.”

Embora não tenha o Direito Eleitoral um rol de seus princípios, a doutrina atual nomeia uma diversidade dos que seriam aplicáveis ao Direito Eleitoral. Pode-se citar o princípio da lisura das eleições; princípio do aproveitamento do voto; princípio da celeridade, princípio da anualidade e princípio da moralidade eleitoral (BARREIROS NETO, 2020). Para a professora Raquel Machado (2018, p. 37) o rol seria mais amplo pois compreenderia o princípio da legitimidade das eleições; princípio da normalidade das eleições; princípio da moralidade; princípio da anualidade; princípio da lisura das eleições; princípio do aproveitamento do voto (ou *in dubio pro voto*, *in dubio pro suffragio*); princípio da igualdade; princípios do pluralismo político e do pluripartidarismo; princípio da responsabilidade solidária entre candidatos e partidos políticos; princípio da celeridade processual; princípio da irrecorribilidade das decisões do TSE e do TRE; princípio da preclusão instantânea; princípio da devolutividade dos recursos eleitorais; princípio da gratuidade da Justiça Eleitoral. Apesar da maioria da doutrina estabelecer como princípio da anualidade ou anterioridade a norma contida no art. 16 da CRFB/1988, entende Gomes (2020, p. 116) que, “no entanto, dada sua densidade e elevado grau de especificação, essa norma melhor se harmoniza com o conceito de regra.”

Oportuno diferenciar os princípios das regras, dada a utilização de ambos enquanto norma eleitoral. Compreende-se que, em eventual antinomia de regras uma prevalecerá em relação à outra, enquanto os princípios podem ser aplicados simultaneamente de acordo com a regra de ponderação (BARREIROS NETO, 2020).

Diante da complexidade do processo eleitoral o legislador erigiu, tendo a CRFB/1988 em sua base, diversas normas infraconstitucionais como forma de regular os aspectos variados e singulares ao processo eleitoral. Destacam-se o Código Eleitoral (Lei no 4.737/1965) recepcionado pela CRFB/1988; a Lei nº 9.096/1995 que disciplina a organização e o funcionamento dos partidos políticos; a Lei nº 9.504/1997, também conhecida como Lei das Eleições (MACHADO, 2020).

Cumprir destacar que a edição da Lei nº 9.504/1997 foi um marco nas regras eleitorais, desde a reabertura da democracia, pois até o seu advento eram editadas leis específicas para cada eleição. Possibilitando que a partir da sua criação normas gerais sejam aplicáveis a todas as eleições vindouras sendo possível um melhor planejamento dos setores responsáveis inclusive quanto aos processos judiciais (BARREIROS NETO, 2020).

Entre diversas normas esparsas, cabe destacar o avanço na legislação do uso da internet com o advento da Lei nº 12.965/2014, que estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil, lei que ficou conhecida como o marco civil da internet e o Decreto nº 8.771/2016 que a regulamenta, bem como, a lei de proteção de dados Lei nº 13.709/2018. lei geral de proteção de dados pessoais (LGPD), com alteração promovidas pela Lei nº 13.853/2019, para dispor sobre a proteção de dados pessoais e para criar a autoridade nacional de proteção de dados.

Ademais, ressalte-se que a legislação pátria atribuiu à Justiça Eleitoral função normativa. O Código Eleitoral e a Lei das Eleições autorizam ao Poder Judiciário Eleitoral regulamentar a lei eleitoral, função que é típica do Poder Executivo (BARREIROS NETO, 2020).

Assim, a função normativa permite que Justiça Eleitoral edite normas com a finalidade de regular as eleições. O singular dessa função é que a sua previsão não é pelo texto Constitucional e sim através de lei, qual seja, Lei nº 4.737<sup>10</sup>, de 15 de julho de 1965, Código Eleitoral, conforme se segue:

Art. 1º Este Código contém normas destinadas a assegurar a organização e o exercício de direitos políticos precipuamente os de votar e ser votado.

Parágrafo único. O Tribunal Superior Eleitoral expedirá Instruções para sua fiel execução.

Art. 23 - Compete, ainda, privativamente, ao Tribunal Superior, IX - expedir as instruções que julgar convenientes à execução deste Código;

Complementando sua função normativa, o artigo 105, caput, da Lei nº 9.504/97<sup>11</sup>, estabelece:

Art. 105. Até o dia 5 de março do ano da eleição, o Tribunal Superior Eleitoral, atendendo ao caráter regulamentar e sem restringir direitos

---

<sup>10</sup> [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L4737.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L4737.htm)

<sup>11</sup> [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9504.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9504.htm)

ou estabelecer sanções distintas das previstas nesta Lei, poderá expedir todas as instruções necessárias para sua fiel execução, ouvidos, previamente, em audiência pública, os delegados ou representantes dos partidos políticos.

Insta salientar que esta função é restrita ao disposto no artigo supracitado, podendo ser exercida através da publicação de Resoluções que disciplinam as eleições, não podendo extrapolar o que está previsto na legislação. O art. 105 da Lei 9.504/97 limita o papel das instruções do Tribunal Superior Eleitoral ao caráter regulamentar, sem restrições de direitos ou estabelecimento de sanções (GONÇALVES, 2018).

Ademais, a doutrina entende que as Resoluções do Tribunal Superior Eleitoral possuem força de lei, tendo eficácia geral e abstrata, conforme preceitua Gomes (2020) as resoluções possuem a imperatividade da lei, mesmo não sendo uma lei, estaria no mesmo patamar tendo a mesma eficácia. Neste sentido Edson Resende de Castro pontua que “ainda constituem fonte do Direito Eleitoral as Resoluções do TSE, que têm força de lei ordinária, conforme decidido por aquela Corte (Recurso n. 1.943-RS, BE-TSE 13/16)” (CASTRO, 2018, p. 21).

### **3. Propaganda Eleitoral**

Tem-se que o objetivo primordial da campanha eleitoral é granjear o maior número de votos para o candidato, de tal forma que ele consiga ser eleito, faz-se isso através de refinadas técnicas de propaganda para tornar conhecida a pessoa do candidato, seu plano de governo, suas ideias e seu posicionamento frente aos temas relevantes para a sociedade. Pontua BARREIROS NETO (2020, p. 259) que “já há muito tempo inexoravelmente, no âmbito das campanhas eleitorais, a utilização de técnicas de propaganda tem se constituído em fator decisivo para o deslinde dos pleitos.”

Para o professor Luiz Carlos dos Santos Gonçalves (2018, p. 353) “a propaganda é indispensável para propiciar ao eleitor informações que lhe permitirão escolher candidatos e partidos que apoiará. A propaganda eleitoral, todavia, não é livre.” Ademais, como o ser humano é passional e a propaganda gera influência psicológica, reputa-se salutar a regulamentação da matéria de maneira que seja possível proteger o cidadão coibindo abusos (MACHADO, 2018). Entende-se

também, segundo ensinamentos de Gomes (2020, p.716) que “a propaganda eleitoral se submete à observância de alguns princípios, à rígida disciplina legal e ao controle da Justiça Eleitoral, o qual é exercido quer no âmbito do poder de polícia, quer no jurisdicional.”

Convém esclarecer que o Tribunal Superior Eleitoral (2020)<sup>12</sup>, em seu Glossário Eleitoral Brasileiro, define a propaganda eleitoral como:

É a que visa a captação de votos, facultada aos partidos, coligações e candidatos. Busca, através dos meios publicitários permitidos na Lei Eleitoral, influir no processo decisório do eleitorado, divulgando-se o *curriculum* dos candidatos, suas propostas e mensagens, no período denominado de "campanha eleitoral" (NETO, 2002, p. 164).

Saliente-se que o marco legal da propaganda eleitoral está previsto na Lei n.º 9.504 de 30 de setembro de 1997, Lei das Eleições, que regula a propaganda eleitoral em geral a partir de seu artigo 36 até o art. 41 e, especificamente, do art. 43 ao 57-J, sobre a propaganda eleitoral na imprensa, propaganda eleitoral no rádio e na televisão e a propaganda na internet. Desde o ano de 2006 foi revogado o art. 42 que tratava da propaganda eleitoral mediante outdoors. No Código Eleitoral a propaganda eleitoral é regulada no artigo 240 ao 256.

Admite a Lei das Eleições que a propaganda eleitoral tenha seu início a partir de 16 de agosto do ano em que ocorrem as eleições. Nesta data, é facultado aos partidos e candidatos se utilizarem de todos os meios permitidos em lei para fomentar a campanha eleitoral.

#### **4. Propaganda Eleitoral na Internet**

Sobre a propaganda eleitoral na internet, é imperioso ressaltar que a sua prática não é ilícita, levando-se em consideração inteligência do artigo 5º, IV, da CRFB/88, o qual aborda acerca da livre manifestação de pensamento e os artigos 57-A e 57-D da Lei nº 9.504/97, ressalvado o anonimato e as hipóteses previstas no artigo 243 do Código Eleitoral, nas quais se segue:

---

<sup>12</sup> <http://www.tse.jus.br/eleitor/glossario/termos-iniciados-com-a-letra-p>



Art. 243. Não será tolerada propaganda:

I - de guerra, de processos violentos para subverter o regime, a ordem política e social ou de preconceitos de raça ou de classes;

II - que provoque animosidade entre as forças armadas ou contra elas, ou delas contra as classes e instituições civis;

III - de incitamento de atentado contra pessoa ou bens;

IV - de instigação à desobediência coletiva ao cumprimento da lei de ordem pública;

V - que implique em oferecimento, promessa ou solicitação de dinheiro, dádiva, rifa, sorteio ou vantagem de qualquer natureza;

VI - que perturbe o sossego público, com algazarra ou abusos de instrumentos sonoros ou sinais acústicos;

VII - por meio de impressos ou de objeto que pessoa inexperiente ou rústica possa confundir com moeda;

VIII - que prejudique a higiene e a estética urbana ou contravenha a posturas municipais ou a outra qualquer restrição de direito;

IX - que caluniar, difamar ou injuriar quaisquer pessoas, bem como órgãos ou entidades que exerçam autoridade pública.

§ 1º O ofendido por calúnia, difamação ou injúria, sem prejuízo e independentemente da ação penal competente, poderá demandar, no Juízo Civil a reparação do dano moral respondendo por êste o ofensor e, solidariamente, o partido político dêste, quando responsável por ação ou omissão a quem que favorecido pelo crime, haja de qualquer modo contribuído para êle

§ 2º No que couber aplicar-se-ão na reparação do dano moral, referido no parágrafo anterior, os artigos. 81 a 88 da Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962.

§ 3º É assegurado o direito de resposta a quem fôr, injuriado difamado ou caluniado através da imprensa rádio, televisão, ou alto-falante, aplicando-se, no que couber, os artigos. 90 e 96 da Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962.<sup>13</sup>

Nesta mesma linha, registre-se o início da regulação da propaganda eleitoral na internet mediante a alteração implementada pela Lei nº 12.034/2009<sup>14</sup>, tendo em vista que o referido dispositivo legal alterou as Leis nºs 9.096, de 19 de setembro de 1995 - Lei dos Partidos Políticos, 9.504, de 30 de setembro de 1997, que estabelece normas para as eleições, e 4.737, de 15 de julho de 1965 - Código Eleitoral. Estabelecendo a restrição de propaganda paga pela Internet e o direito de resposta têm-se:

Art. 57-C. Na internet, é vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga.

Art. 58. A partir da escolha de candidatos em convenção, é assegurado o direito de resposta a candidato, partido ou coligação atingidos, ainda que de forma indireta, por conceito, imagem ou

<sup>13</sup> <http://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-de-dezembro-de-2019>

<sup>14</sup> [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2009/Lei/L12034.htm#art9>](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2009/Lei/L12034.htm#art9>)

afirmação caluniosa, difamatória, injuriosa ou sabidamente inverídica, difundidos por qualquer veículo de comunicação social.

...

§ 3º Observar-se-ão, ainda, as seguintes regras no caso de pedido de resposta relativo a ofensa veiculada:

...

IV - em propaganda eleitoral na internet: ...

Importa ressaltar que a alteração implementada na Lei nº 13.488/2017<sup>15</sup> inova no que aduz à técnica de regulamentação da Justiça Eleitoral, tendo em vista que antecipa as peculiaridades tecnológicas existentes, bem como as que ainda estão por vir:

Art. 57-J. O Tribunal Superior Eleitoral regulamentará o disposto nos arts. 57-A a 57-I desta Lei de acordo com o cenário e as ferramentas tecnológicas existentes em cada momento eleitoral e promoverá, para os veículos, partidos e demais entidades interessadas, a formulação e a ampla divulgação de regras de boas práticas relativas a campanhas eleitorais na internet.

Valendo-se de sua força normativa, o TSE editou a Resolução TSE nº 23.610/2019<sup>16</sup>, a qual disciplina a realização das Eleições de 2020. Destaca-se o aperfeiçoamento desta resolução mediante a atualização das regras eleitorais anteriores, a qual seria inerente ao aspecto normativo específico em relação a cada eleição, bem como a inclusão e conceituação de novos termos, principalmente os ligados ao meio virtual.

Em relação a Resolução TSE nº 23.551/2017<sup>17</sup>, norma esta que regulou a eleição de 2018, ressalta-se, dentre outros pontos, os referentes a propaganda eleitoral:

a) inclusão da seção sobre a desinformação:

#### Seção II

##### Da Desinformação na Propaganda Eleitoral

Art. 9º A utilização, na propaganda eleitoral, de qualquer modalidade de conteúdo, inclusive veiculado por terceiros, pressupõe que o candidato, o partido ou a coligação tenha verificado a presença de elementos que permitam concluir, com razoável segurança, pela

---

<sup>15</sup> [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2017/lei/L13488.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/L13488.htm)

<sup>16</sup> <http://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-de-dezembro-de-2019>

<sup>17</sup> <http://www.tse.jus.br/legislacao-tse/res/2017/RES235512017.html>

fidedignidade da informação, sujeitando-se os responsáveis ao disposto no art. 58 da Lei nº 9.504/1997, sem prejuízo de eventual responsabilidade penal.

b) expressa vedação do uso do disparo em massa de conteúdo:

Art. 28. A propaganda eleitoral na internet poderá ser realizada nas seguintes formas (Lei nº 9.504/1997, art. 57-B, I a IV):

...

IV - por meio de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e aplicações de internet assemelhadas, dentre as quais aplicativos de mensagens instantâneas, cujo conteúdo seja gerado ou editado por:

a) candidatos, partidos políticos ou coligações, desde que não contratem disparo em massa de conteúdo (Lei nº 9.504/1997, art. 57-J); ou

b) qualquer pessoa natural, vedada a contratação de impulsionamento e de disparo em massa de conteúdo (Lei nº 9.504/1997, art. 57-J).

c) atualização do conceito de impulsionamento e a inclusão dos termos, endereço eletrônico, cadastro de endereços eletrônicos e disparo em massa, elencados nos incisos XIX, XX, e XXI do artigo 37:

Art. 37...

...

XIV - 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, incluída entre as formas de impulsionamento a priorização paga de conteúdos resultantes de aplicações de busca na internet, nos termos do art. 26, § 2º, da Lei nº 9.504/1997;

....

XIX - endereço eletrônico: conjunto de letras, números e/ou símbolos utilizados com o propósito de receber, enviar ou armazenar comunicações ou conteúdos por meio eletrônico, incluindo, mas não se limitando a endereço de e-mail, número de protocolo de internet, perfis em redes sociais, números de telefone;

XX - cadastro de endereços eletrônicos: relação com um ou mais dos endereços referidos no inciso XIX deste artigo;

XXI - disparo em massa: envio automatizado ou manual de um mesmo conteúdo para um grande volume de usuários, simultaneamente ou com intervalos de tempo, por meio de qualquer serviço de mensagem ou provedor de aplicação na internet.

d) inclusão sobre o uso de disposições previstas na Lei Geral de Proteção de dados no processo eleitoral:

Art. 28. ...:

...

III - por meio de mensagem eletrônica para endereços cadastrados gratuitamente pelo candidato, pelo partido político ou pela coligação, observadas as disposições da Lei Geral de Proteção de Dados quanto ao consentimento do titular;

Art. 41. Aplicam-se a esta Resolução, no que couber, as disposições previstas na Lei nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados).<sup>18</sup>

Observe-se que, apesar da vedação de disparo em massa de conteúdo não constar textualmente no artigo 57-B, da Lei nº 9.504/1997, não será possível seu uso devido à coercitividade da resolução eleitoral que assim determinou.

## **5. Do Impulsionamento de Conteúdo e Disparo em Massa**

Imperioso se faz, para que se possa compreender a dinâmica mediante a qual se opera o impulsionamento de conteúdo, importa realizar-se uma análise das características inerentes às redes sociais e dos mecanismos de busca na internet.

Ao utilizar-se as redes sociais, tais como o Facebook, o Instagram, Twitter e o LinkedIn, são guardadas informações sobre as nossas preferências de navegação, a forma que interagimos e demais informações que a empresa detentora da rede social definir como relevante para melhorar a experiência do usuário.

Assim, cada empresa determina o que é mais importante a ser considerado, dadas as peculiaridades de seus usuários. Conforme a natureza de funcionamento da internet, são utilizados algoritmos, os quais representam complexas fórmulas matemáticas, detentoras de critérios previamente estabelecidos, com vistas a efetuar os cálculos necessários e obter um modelo de perfil. Desta forma, oportuniza-se ao usuário uma experiência de navegação ideal, baseada nos critérios da empresa.

Os buscadores, por sua vez, trabalham de maneira semelhante. Atualmente, o Google é o buscador mais conhecido. Contudo, também oferecem serviço semelhante o Yahoo e o Bing. Nessa feita, diante da imensa quantidade de informação disponível na internet, os buscadores têm por escopo auxiliar o usuário a encontrar determinada informação que seja de seu interesse.

---

<sup>18</sup> <http://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-de-dezembro-de-2019>

Mediante a inserção de “palavras-chave”, os motores realizam a busca pela internet e retornam links de sites em que se pode encontrar a informação desejada. Os critérios acerca de qual será a ordem de informações apresentada dentre os inúmeros sites disponíveis são determinados pela própria empresa fornecedora do serviço.

Tendo em vista serem as empresas responsáveis por determinar o critério acerca de quais assuntos devem ser disponibilizados prioritariamente, com o auxílio do algoritmo das interações. Mediante a utilização de referido recurso, as empresas possibilitam que, mediante pagamento, tais informações sejam potencializadas e distribuídas, ação mercadológica esta conhecida por impulsionamento. Neste contexto, José Jairo Gomes (2020, p. 799) conceitua o tema da seguinte forma:

O impulsionamento de conteúdo é um serviço oneroso oferecido na Internet, notadamente em redes sociais, por plataformas como Facebook e Instagram e por ferramentas de buscas ou sites buscadores como Google e Yahoo. As técnicas empregadas nesse serviço aumentam o impacto do conteúdo veiculado, ampliando o seu alcance e visibilidade a maior número de usuários da web. Por tratar-se de negócio oneroso (pago), o uso desse serviço depende de contratação com a empresa que o oferece.

Outrossim, em se tratando de impulsionamento de conteúdo, devem ser observados os critérios positivados pela legislação, principalmente o previsto na Resolução 23.610/19 do TSE, a qual dispõe sobre a propaganda eleitoral no que concerne ao pleito de 2020, bem como pormenoriza a diferenciação e aplicação do disparo em massa e do impulsionamento.

Nessa senda, é imperioso destacar que as duas formas de propaganda influenciam diretamente o processo eleitoral nacional, tendo sido amplamente utilizadas nas eleições de 2018.

Segundo o *caput* do artigo 57-C da Lei das Eleições, apenas os partidos políticos, coligações e candidatos e seus representantes podem contratar o impulsionamento de conteúdo. Por outro lado, os disparos em massa são expressamente vedados em qualquer hipótese. Entende-se como disparo em massa o definido no art.37 da Resolução TSE 23.610/2019, como se segue:

Art. 37 ...

XXI - disparo em massa: envio automatizado ou manual de um mesmo conteúdo para um grande volume de usuários, simultaneamente ou

com intervalos de tempo, por meio de qualquer serviço de mensagem ou provedor de aplicação na internet.

Tanto a restrição do impulsionamento quanto a proibição do uso dos disparos em massa têm o escopo de prevenir os abusos de poder econômico. Para o livre exercício democrático, são necessárias medidas que nivelem as condições de disputa.

A proibição dos disparos em massa, possui, ainda, o escopo de reprimir a disseminação de notícias falsas durante o período eleitoral. Segundo o *Whatsapp*, foram banidas mais de 400 mil contas nas eleições de 2018, e, dentre elas, haviam violações por disparos em massa (2019)<sup>19</sup>. Ademais, segundo pesquisa realizada pelo Datasenado (2019)<sup>20</sup>, publicada em 10/12/2019, 79% dos entrevistados afirmou ter o *Whatsapp* como fonte de informações.

Diante das informações colhidas pelos aplicativos de mensagens instantâneas, o eleitor forma suas próprias convicções e predileções a determinado candidato, e, sem perceber, é enganado por uma notícia falsa.

Segundo Almeida e Sales (2007):

“O conhecimento não existe se não houver uma fonte, uma origem, de informação que fornece subsídios para sua construção. Tem-se que durante todo o processo histórico do desenvolvimento do conhecimento o homem dependeu das fontes de informação, que se transformaram e continuam se transformando até hoje. (ALMEIDA; SALES, 2007, p. 68).”

A nocividade dos disparos em massa no período eleitoral configura-se como prejudicial para a democracia. Diante desse cenário, cunhou-se o termo “pós-verdade”, que, segundo Alisson Flood (2016)<sup>21</sup>, é definido como “uma estratégia de desvalorização dos fatos em prol de interesses pessoais”.

Outra dificuldade apresentada é a de identificação de uma pós-verdade. Com a seletividade de informações buscadas, uma notícia falsa que corrobore com as convicções do usuário, dificilmente será identificada como uma inverdade. Nessa feita, mecanismos que inibam ou que regulem tais atividades, principalmente no período

---

<sup>19</sup> <https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/11/18/whatsapp-diz-ter-banido-mais-de-400-mil-contas-durante-a-campanha-eleitoral-de-2018.ghtml>

<sup>20</sup> <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-12/whatsapp-e-principal-fonte-de-informacao-do-brasileiro-diz-pesquisa>

<sup>21</sup> <https://www.theguardian.com/books/2016/nov/15/post-truth-named-word-of-the-year-by-oxford-dictionaries>

eleitoral, devem ser propostos pelo poder público como forma de inibir a disseminação em massa de qualquer conteúdo que possa enfraquecer o regime democrático.

Por fim, para a professora Raquel Cavalcanti Ramos Machado (2018, p.291), “o controle da regularidade dos impulsionamentos demandará grande esforço fiscalizatório da Justiça Eleitoral, assim como a conscientização do eleitor para a importância da igualdade nas eleições.” Percebe-se, então, que são necessários, além do cuidado na aplicação das normas eleitorais, o empenho da sociedade para a busca de eleições mais isonômicas.

## **6. Conclusão**

A Justiça Eleitoral possui função normativa, tendo por escopo criar normas relativas gerais e abstratas com a finalidade de regular as eleições. O singular dessa função, por sua vez, é que sua previsão não ocorre mediante posituação na Constituição da República, e sim através de legislação específica.

Embora a edição de leis que versam acerca da propaganda eleitoral na internet seja recente se comparado com as outras formas de propaganda eleitoral, percebe-se que o legislador tem buscado sanar as lacunas existentes em nosso ordenamento mediante a edição de leis específicas, as quais auxiliarão, sobremaneira, o atual processo eleitoral, tendo em vista normatizar, de forma especializada, o uso dos meios digitais disponíveis.

Outrossim, a redação do Artigo 57-J, incluso na Lei Eleitoral pela Lei nº 13.488/2017, ressaltou a possibilidade de o Tribunal Superior Eleitoral estabelecer normas específicas à regularização do processo eleitoral, de maneira a acompanhar as evoluções tecnológicas, sobretudo as que se utilizam da internet com a finalidade de perpetuação da propaganda eleitoral.

A regulação do impulsionamento de conteúdo e o disparo em massa refletem a preocupação quanto à fiscalização e coibição de práticas ilícitas que afetam a isonomia da disputa eleitoral. Percebe-se que a solução apresentada pela Justiça Eleitoral, qual seja, a normatização através das resoluções do Tribunal Superior Eleitoral mostra-se, conforme depreende-se da presente pesquisa, célere e precisa no contexto das Eleições de 2020.

Saliente-se, porém, que o próprio caráter evolutivo das eleições gerais no Brasil e atual atipicidade das eleições deste ano, pedem, para acompanhamento das

mudanças em eleições vindouras, uma periódica revisitação ao tema, tendo em vista a característica mutável das estratégias eleitorais paralelamente às evoluções tecnológicas.

## Referências

BARREIROS NETO, Jaime. **Direito eleitoral** - 10. ed. rev., atual, e ampl. - Salvador: Juspodivm, 2020. 448 p.

BARRETTO, Rafael. **Direito eleitoral** – São Paulo: Saraiva, 2012. – (Coleção saberes do direito; 47)

BITTAR, Eduardo C. B. **Introdução ao estudo do direito: humanismo, democracia e justiça** – 2. ed. rev. e ampl. – São Paulo: Saraiva Educação, 2019.

BRASIL. **Código Eleitoral. Lei 4.737, de 15 de julho de 1965**. Institui o Código Eleitoral. Diário Oficial da União, Brasília, 19 de julho de 1965, com retificação em 30 de julho de 1965. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L4737.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L4737.htm)>. Acesso em: 15 de maio de 2020.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, 05 de outubro de 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: 15 de maio de 2020.

BRASIL. **Lei 12.034 de 29 de setembro de 2009**. Altera as Leis nos 9.096, de 19 de setembro de 1995 - Lei dos Partidos Políticos, 9.504, de 30 de setembro de 1997, que estabelece normas para as eleições, e 4.737, de 15 de julho de 1965 - Código Eleitoral. Diário Oficial da União, Brasília, 30 de setembro de 1997. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2009/Lei/L12034.htm#art9](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2009/Lei/L12034.htm#art9)>. Acesso em: 15 de maio de 2020.

BRASIL. **Lei 12.891, de 11 de dezembro de 2013**. Altera as Leis nos 4.737, de 15 de julho de 1965, 9.096, de 19 de setembro de 1995, e 9.504, de 30 de setembro de 1997, para diminuir o custo das campanhas eleitorais, e revoga dispositivos das Leis nos 4.737, de 15 de julho de 1965, e 9.504, de 30 de setembro de 1997. Brasília: Diário Oficial, 11 de maio de 2015. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2011-2014/2013/Lei/L12891.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Lei/L12891.htm)>. Acesso em: 15 de maio de 2020.

BRASIL. **Lei 13.165, de 29 de setembro de 2015**. Altera as Leis nos 9.504, de 30 de setembro de 1997, 9.096, de 19 de setembro de 1995, e 4.737, de 15 de julho de 1965 - Código Eleitoral, para reduzir os custos das campanhas eleitorais, simplificar a



administração dos Partidos Políticos e incentivar a participação feminina. Brasília: Diário Oficial de 25 de novembro de 2015. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2015-2018/2015/Lei/L13165.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Lei/L13165.htm)> Acesso em: 15 de maio de 2020.

BRASIL. **Lei 13.488 de 06 de outubro de 2017**. Altera as Leis nºs 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições), 9.096, de 19 de setembro de 1995, e 4.737, de 15 de julho de 1965 (Código Eleitoral), e revoga dispositivos da Lei nº 13.165, de 29 de setembro de 2015 (Minirreforma Eleitoral de 2015), com o fim de promover reforma no ordenamento político-eleitoral. Diário Oficial da União, Brasília, 06 de outubro de 2017. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2017/lei/L13488.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/L13488.htm)>. Acesso em: 25 de julho de 2020.

BRASIL. **Lei das Eleições. Lei 9.504 de 30 de setembro de 1997**. Estabelece normas para as eleições. Diário Oficial da União, Brasília, 30 de setembro de 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: 15 de maio de 2020.

BRASIL. **Lei das Inelegibilidades. Lei complementar nº 64, de 18 de maio de 1990**. Brasília: Diário Oficial de 21 de maio de 1990. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/lcp/Lcp64.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/Lcp64.htm)>. Acesso em: 15 de maio de 2020.

BRASIL. **Lei dos Partidos Políticos. Lei 9.096, de 19 de setembro de 1995**. Dispõe sobre partidos políticos, regulamenta os arts. 17 e 14, § 3º, inciso V, da Constituição Federal. Diário Oficial da União, Brasília, 20 de setembro de 1995. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L9096.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9096.htm)>. Acesso em: 15 de maio de 2020.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Cartilha: Propaganda Eleitoral na Internet**. 12 de junho de 2018. Disponível em <[www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/propaganda-eleitoral-na-internet](http://www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/propaganda-eleitoral-na-internet)>. Acesso em: 23 de junho de 2020.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução nº 23.551/2017**. Dispõe sobre propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito e condutas ilícitas em campanha eleitoral nas eleições. Brasília. Diário de Justiça Eletrônico. 18 de dezembro de 2017. Disponível em <<http://www.tse.jus.br/legislacao-tse/res/2017/RES235512017.html>>. Acesso em: 15 de maio de 2020.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução nº 23.610/2019**. Dispõe sobre propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito e condutas ilícitas em campanha eleitoral nas eleições. Brasília. Diário de Justiça Eletrônico. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-de-dezembro-de-2019>> Acesso em: 15 de maio de 2020.

CASTRO, Edson Resende. **Curso de Direito Eleitoral**. 9. ed. rev. e atual. Belo Horizonte: Del Rey, 2018.

FLOOD, Alison. **Post-truth' named word of the year by Oxford Dictionaries**, 2016. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/books/2016/nov/15/post-truth-named-word-of-the-year-by-oxford-dictionaries>> Acesso em: 12 de julho de 2020

GARCIA, Gustavo. **Whatsapp diz ter banido mais de 400 mil contas durante a campanha eleitoral de 2018**. Brasília, 18 de novembro de 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/11/18/whatsapp-diz-ter-banido-mais-de-400-mil-contas-durante-a-campanha-eleitoral-de-2018.ghtml>> Acesso em: 20 de abril de 2020.

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

GONÇALVES, Luiz Carlos dos Santos. **Direito eleitoral** – 3. ed. rev., atual. e ampl. – São Paulo: Atlas, 2018.

GUIMARÃES, Vânio Soares. **A Admissão da constitucionalização superveniente pelo sistema jurídico brasileiro**. Observatório Nacional. Ano 5, No. 2, ago./dez. 2012 – 35 p.

MACHADO, Raquel Cavalcanti Ramos. **Direito eleitoral** – 2. ed. rev., atual. e ampl. – São Paulo: Atlas, 2018.

PONTES, Felipe. **Whatsapp quer incluir em norma eleitoral proibição a disparos em massa**. Brasília, 28 de novembro de 2019. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/justica/noticia/2019-11/whatsapp-quer-incluir-em-norma-eleitoral-proibicao-disparos-em-massa>> Acesso em: 10 de julho de 2020.

REALE, Miguel. **Lições preliminares de direito** — 27. ed. — São Paulo: Saraiva, 2002.

**SEMINÁRIO INTERNACIONAL FAKE NEWS E ELEIÇÕES**, 2019, Brasília. Anais [...]. Brasília: Tribunal Superior Eleitoral, 2019. 152 p.

SOBREIRO NETO, Armando Antônio. **Direito eleitoral: teoria e prática**. 2. ed. rev. ampl. Curitiba: Juruá, 2002. p. 164.

**Três em cada quatro brasileiros já utilizam a Internet, aponta pesquisa TIC Domicílios 2019**. São Paulo, 26 de maio de 2020. Disponível em: <<https://cetic.br/pt/noticia/tres-em-cada-quatro-brasileiros-ja-utilizam-a-internet-aponta-pesquisa-tic-domicilios-2019/>> Acesso em 01 de julho de 2020.

VALENTE, Jonas. **Whatsapp é principal fonte de informação do brasileiro.** Brasília, 10 de dezembro de 2019. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-12/whatsapp-e-principal-fonte-de-informacao-do-brasileiro-diz-pesquisa>> Acesso em: 12 de junho de 2020.

XAVIER, Luiz. **Redes sociais influenciam voto de 45% da população, segundo pesquisa do Senado e da Câmara.** Brasília, 11 de dezembro de 2019. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/noticias/625052-redes-sociais-influenciam-voto-de-45-da-populacao-segundo-pesquisa-do-senado-e-da-camara/>> Acesso em: 17 de junho de 2020.

Faculdade Presidente Antônio Carlos de Teófilo Otoni

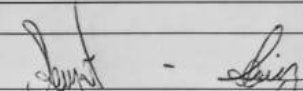




FICHA DE ACOMPANHAMENTO INDIVIDUAL DE ORIENTAÇÃO DE TCC

Atividade: Trabalho de Conclusão de Curso – Artigo/Monografia.

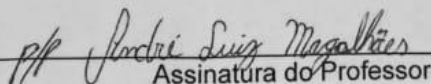
Curso: DIREITO Período: 9 ° Semestre: 1 ° Ano: 2020

Professor (a): André Luiz Peruhype Magalhães

Acadêmicos: Lindson Miranda de Freitas, Luiz Gustavo Ribeiro Santana

Tema:		Assinatura do aluno
Data(s) do(s) atendimento(s)	Horário(s)	
18/03/2020	20:00h	
25/03/2020	20:00h	
13/07/2020	16:00h	
29/07/2020	10:00h	
31/07/2020	11:00h	
Descrição das orientações: Orientações gerais sobre o tema proposto e as medidas para elaboração do artigo. Procedimentos necessários para pesquisa de material bibliográfico. Análise de esboço e instruções para estruturação do texto. Análise preliminar da formatação final do artigo e processo de verificação de plágio. Análise do texto finalizado.		

Considerando a concordância com o trabalho realizado sob minha orientação, **AUTORIZO O DEPÓSITO** do Trabalho de Conclusão de Curso dos Acadêmicos: Lindson Miranda de Freitas, Luiz Gustavo Ribeiro Santana.

  
Assinatura do Professor

[Exportar relatório](#)[Exportar relatório PDF](#)[Visualizar](#)[Gerador de Referência Bibliográfica \(ABNT, Vancouver\)](#)

PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET - IMPULSIONAMENTO E DISPARO EM MASSA NAS ELEIÇÕES DE 2020.docx (01/08/2020):

#### Documentos candidatos

conjur.com.br/2017-o...  
[1,83%]

jus.com.br/artigos/7... [1,61%]

planalto.gov.br/cciv... [1,49%]

tse.jus.br/eleicoes/... [0,64%]

planalto.gov.br/cciv... [0,49%]

planalto.gov.br/cciv... [0,46%]

tse.jus.br [0,27%]

lem.seed.pr.gov.br/m... [0,24%]

tse.jus.br/eleitor/t... [0,11%]

justicaeleitoral.jus... [0,05%]

Arquivo de entrada: PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET - IMPULSIONAMENTO E DISPARO EM MASSA NAS ELEIÇÕES DE 2020.docx (4904 termos)

Arquivo encontrado		Total de termos	Termos comuns	Similaridade (%)
conjur.com.br/2017-o...	<a href="#">Visualizar</a>	2046	125	1,83
jus.com.br/artigos/7...	<a href="#">Visualizar</a>	5387	164	1,61
planalto.gov.br/cciv...	<a href="#">Visualizar</a>	26125	456	1,49
tse.jus.br/eleicoes/...	<a href="#">Visualizar</a>	598	35	0,64
planalto.gov.br/cciv...	<a href="#">Visualizar</a>	51998	278	0,49
planalto.gov.br/cciv...	<a href="#">Visualizar</a>	56947	286	0,46
tse.jus.br	<a href="#">Visualizar</a>	1011	16	0,27
lem.seed.pr.gov.br/m...	<a href="#">Visualizar</a>	839	14	0,24
tse.jus.br/eleitor/t...	<a href="#">Visualizar</a>	487	6	0,11
justicaeleitoral.jus...	<a href="#">Visualizar</a>	292	3	0,05