OS MEIOS DE PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET E A NECESSIDADE DE INTERVENÇÃO DA JUSTIÇA ELEITORAL

The means of electoral propaganda on the internet and the need for intervention by the Electoral Court

RICARDO BORGES MARACAJÁ PEREIRA

Sobre o autor:

Ricardo Borges Maracajá Pereira. *Advogado, auditor do Tribunal de Justiça Desportiva do Estado da Bahia (2021-presente), Procurador do Município de Terra Nova/BA (2021 - 2023) graduação em Direito pela Faculdade Ruy Barbosa (2012); especialista em Direito Tributário pelo IBET - Instituto Brasileiro de Estudos Tributários (2015); especialista em Gestão Esportiva pela Fundação 2 de Julho (2016); especialista em Licitações pela FUNDACEM - Fundação César Montes (2018); especialista em Direito Eleitoral pelo IDDE - Instituto para o Desenvolvimento Democrático (2021); especializando em Direito Municipal pela UCAM (2022-presente); foi membro da Comissão de Esportes da OAB-BA (2019-2021) e da Comissão de Direito Municipal da OAB-BA (2020-2021). Foi Procurador Geral do Município de Santa Bárbara/BA (2017-2020)*

RESUMO

O presente artigo trata sobre os meios de propaganda eleitoral na internet e a necessidade de intervenção da Justiça Eleitoral para proteção e lisura do pleito. As formas de comunicação online se atualizam com rápida constância e geram diversos desafios para os órgãos judicantes na interpretação perante a legislação vigente e para manutenção da transparência e correção das eleições. O artigo traz uma evolução das regras de propaganda na internet de forma resumida, compilando os principais meios utilizados para a propaganda na internet, os desafios fiscalizatórios pelas contínuas mudanças e ações realizadas em meio digital. Na sequência é feita uma análise do artigo 57 da Lei nº 9.504/97, que estabelece as diretrizes básicas da propaganda na internet e dos casos emblemáticos das Eleições de 2024, que ganharam projeção nacional. Por fim, propõe um debate entre liberdade de expressão e propaganda negativa, dispondo jurisprudencialmente sobre a forma de tratamento dada pela Corte Eleitoral à realização de fake news e outros conteúdos irregulares para garantia de eleições democráticas.

Palavras-chave: Propaganda eleitoral na internet. Intervenção. Fiscalização. Justiça Eleitoral. Fake news. Meios de comunicação social na internet.

ABSTRACT

This article deals with the means of electoral advertising on the internet and the need for intervention by the Electoral Court to protect and fairness the election. The forms of online communication are constantly updated quickly and create several challenges for judicial part in interpreting current legislation and maintaining transparency and correctness of elections. The article summarizes the evolution of internet advertising rules, bringing out the main means used for internet advertising, the supervisory challenges due to constant changes and actions carried out in digital media. Next, an analysis is made of article 57 of Law No. 9,504/97, which provides the basic guidelines for internet advertising and emblematic cases of the 2024 Elections that gained national prominence. Finally, it proposes a debate between freedom of expression and negative advertising, debating jurisprudentially how the Electoral Court is dealing with fake news and other irregular content to guarantee democratic elections.

Keywords: Electoral propaganda on the internet. Intervention. Supervision. Electoral Justice. Fake news. Social media on the internet.

1. INTRODUÇÃO

A evolução das tecnologias de comunicação social modificou e segue alterando a forma como são conduzidas as campanhas eleitorais. A internet se tornou o principal meio de propaganda política substituindo a televisão como primordial meio de acesso ao eleitor. As redes sociais, sites, aplicativos e demais plataformas digitais possibilitam um alcance rápido e massivo de informações, o que exige uma atuação rigorosa da Justiça Eleitoral para garantir a lisura e paridade do processo democrático.

No pleito eleitoral de 2024, houve grande preocupação com o uso da inteligência artificial, das *deepfakes* e com a figura do influenciador digital.

Os tribunais eleitorais de todo o país lidaram com vasta quantidade de ações em 2024 relativas às propagandas na internet na pré-campanha e no período eleitoral.

Na pré-campanha - quando se divulga a pretensão de candidatura e se enaltece a qualidade pessoal de cada possível candidato, mas sem pedido explícito de voto -, as cortes passaram por grande aumento de demandas, principalmente nas redes sociais, mostrando que houve antecipação da judicialização do pleito pelos pré-candidatos e seus opositores políticos. Assim seguiu no período no qual a campanha já estava autorizada.

2. A EVOLUÇÃO LEGISLATIVA DA PROPAGANDA NA INTERNET

A Lei das Eleições sofreu diversas modificações para tratar da propaganda eleitoral na internet, promovendo permissões, assim como limitações. Em 2015, por meio da minirreforma eleitoral e, em seguida, com a alteração pela Lei nº 13.488/2017, tornaram-se mais avançadas as regras atuais da propaganda na internet constantes do artigo 57-A ao 57-I da norma. Foi estabelecido no artigo 57-J que o Tribunal Superior Eleitoral poderia regulamentar os referidos artigos de acordo com o momento eleitoral posto e por meio das ferramentas tecnológicas existentes com o fito de conduzir as regras e boas práticas eleitorais da disputa em curso.

Nesta senda, a legislação atribuiu à Justiça Eleitoral a capacidade de regulamentar a propaganda na internet a cada disputa por meio de resolução/regulamentação, tomando por base as diretrizes fixadas nos artigos 57 da Lei nº 9.504/97, e mais recentemente já o fez por meio dos dispositivos da Resolução TSE nº 23.610/2019, atualizada para 2024 pela Resolução nº 23.732/2024 para envolver a inteligência artificial, a proibição de *deepfakes*, restrição do uso de robôs e responsabilização das empresas que não tirarem do ar conteúdos irregulares.

3. OS PRINCIPAIS MEIOS DE PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET E OS DESAFIOS DE FISCALIZAÇÃO

Como condição base de qualquer disputa eleitoral, os candidatos são obrigados a prestar as informações à Justiça Eleitoral do número de telefone para notificação, via *WhatsApp*, e de suas redes sociais que serão utilizadas para disseminação de propaganda partidária.

A ausência dessas obrigatórias informações, como consolidado na jurisprudência do TSE e das cortes regionais, gera imposição de multa ao candidato que realiza a propaganda em perfil não informado.

As redes sociais, especialmente, *Facebook, Instagram, X* (antigo *Twitter*), *YouTube* e *TikTok*, são as mais utilizadas pelos candidatos para disseminar conteúdo político, tanto no formato orgânico, como por meio de anúncios pagos.

Sobre a temática, curioso trazer o que disse Felipe Carvalho Gonçalves da Silva no "Curso: 1º Seminário de Direito Eleitoral: Temas Relevantes para as Eleições de 2012"[1] : "*as redes sociais, dentre elas, o Facebook, o Twitter, o MSN Messenger, o Skype, caíram no gosto popular. Algumas viraram febre que ainda não passou*".

Os dizeres demonstram que em doze anos muito se modificou no quesito gosto popular e uso das redes sociais, com novas plataformas surgindo, outras se mantendo e algumas sendo esquecidas por serem pouco utilizadas.

[1] Disponível em: seminariodedireitoeleitoral.pdf

Nos referidos conteúdos constantes nessas redes, a disponibilização dos *hiperlinks* e a publicização massiva auxiliam a Justiça Eleitoral no controle da legalidade e permitem aos adversários e ao Ministério Público a realização de verificação e acompanhamento para eventuais denúncias e representações.

Outra modalidade comumente usada e intensificada nos dois últimos pleitos eleitorais são os aplicativos de mensagens. O *WhatsApp* e o *Telegram* perfazem um eficaz meio para mobilização de eleitores, envio de conteúdo e constante contato do candidato com o eleitor.

Entretanto, a fiscalização torna-se muito mais complexa no que se refere ao combate à desinformação e a propaganda irregular, já que são mensagens e grupos privados, situação que impossibilita o acesso imediato ao conteúdo, além de ser muito mais suscetível a manipulações de conteúdo, gerando dificuldade de apuração da veracidade das informações e, consequentemente, da fiscalização.

Com efeito, em se tratando de mensagens veiculadas em grupo fechado de *WhatsApp* ou *Telegram*, em que resta limitado o número de participantes, impõe–se privilegiar a liberdade de manifestação do pensamento, tão cara ao Estado Democrático de Direito, porquanto não caracterizado o alcance amplo e irrestrito do público em geral, mas, tão-somente, daquele espectro delimitado de pessoas.

Assim, as conversas empreendidas dentro de um grupo particular de *WhatsApp* ou *Telegram* não têm o condão de afetar a igualdade de oportunidades entre os candidatos, sendo necessário arcabouço probatório robusto para que a Justiça Eleitoral possa atingir o interlocutor de eventuais mensagens.

A utilização de sites e blogs para divulgação de propostas e de críticas aos adversários também são exploradas, sobretudo, em portais locais e/ou regionais, sendo meio bastante utilizado para propagação de *fake news* e de propaganda negativa, geralmente coibidos judicialmente quando instados pelos opositores via representação.

De forma mais recente, o processo eleitoral tem lidado com a figura do "influenciador digital", ou seja, uma determinada figura pública na internet passa a desempenhar papel relevante no engajamento de eleitores, muitas vezes sem que haja transparência sobre patrocínios e intenções políticas.

O influenciador atua em prol de determinada candidatura recebendo reprimenda da Justiça Eleitoral para evitar abusos de poder, já que este pode ter a capacidade de atingir o resultado do pleito de forma agressiva.

Especificamente nesse item, nas eleições de 2024, no estado de São Paulo, o Tribunal Regional Eleitoral local lidou com a emblemática campanha à prefeito da capital de Pablo Marçal, famoso influenciador digital que sofreu diversas ações sobre o abuso do uso dos meios de comunicação social e mudou a forma como os demais candidatos lidaram com suas interações[2].

O alcance da Justiça Eleitoral no período de pré-campanha também se expandiu, ao passo que a legislação ampliou a liberdade de expressão para o período anterior ao de propaganda.

Ao conceber nova redação ao art. 36-A da Lei nº 9.504/97, o legislador permitiu diversas condutas aos pré-candidatos para divulgação de possível candidatura, desde que ausente o pedido explícito de votos.

A divulgação de pré-candidatura e a menção ao apoiamento a pretenso candidato, sem pedido explícito ou implícito (*magic words*) de votos, ou mesmo, uso de meio proscrito, não configuraria, portanto, qualquer conduta ilícita.

Como visto, tanto a legislação como a jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral autorizam a realização de atos de propaganda, incluindo a divulgação da intenção de concorrer ao cargo e a exaltação das qualidades pessoais na pré-candidatura, vedado o pedido expresso de voto, o que representa grande desafio aos julgadores na interpretação dos limites, principalmente, envolvendo as circunstâncias das postagens.

4. A NECESSIDADE DE INTERVENÇÃO DA JUSTIÇA ELEITORAL

Retratados os meios de propaganda na internet, evidencia-se a necessidade de intervenção da Justiça Eleitoral, sendo esta fundamental na regulação e fiscalização.

De pronto, é essencial que a Corte se debruce no combate à desinformação, evitando a propagação de *fake news* e que ela possa comprometer a escolha livre e consciente dos eleitores: "*Ocorre que a desinformação atrapalha esse fluxo informativo. Ela confunde o eleitor, traz uma quebra de confiança nas*

[2]Disponível em: Efeito Pablo Marçal desencadeia 'guerra digital' e faz candidatos reverem estratégias

instituições e nos sistemas, fazendo com que as pessoas tenham sua liberdade de expressão vilipendiada através da utilização de artifícios que objetivam mexer com suas emoções"[3].

Nesse sentido, a coibição de atos de desinformação e a punição destes devem ser proporcionais ao nível de impacto no certame eleitoral. Ou seja, o ato de desinformação, quando não impactar no pleito, deve ser removido por ser irregular e ser reprimido com multa. Entretanto, as propagandas falaciosas que gerem influência direta no pleito precisam de punição robusta e condizente com o impacto gerado.

Somam-se ainda como desafios para a corte eleitoral o uso irregular de perfis e bots automatizados, o financiamento ilícito e caixa dois, a inteligência artificial e a necessidade de resolução rápida de denúncias.

A velocidade do compartilhamento de notícias falsas impõe uma ação ágil de apuração e remoção do conteúdo irregular. A manipulação artificial pode gerar graves distorções no opinativo de eleitores.

Como estratégia para conter os abusos na propaganda digital, a Justiça Eleitoral tem realizado diversas campanhas educativas por intermédio dos tribunais regionais, além de ter realizado grandes investimentos em tecnologia e capacitado os magistrados e assessorias técnicas por meio das Escolas Judiciárias Eleitorais.

5. INFORMAÇÕES OBRIGATÓRIAS – REGISTRO DE CANDIDATURA

A importância conferida à lisura das propagandas obriga os candidatos a informar à Justiça Eleitoral, conforme consta no artigo 57-B da Lei nº 9.504/97, o telefone utilizado para intimação por meio de aplicativo de mensagens e acaba por se revestir também de uma forma de controle, caso aquele número de telefone realize a divulgação de propaganda irregular.

Além disso, é evidente a existência do dever de informação das redes sociais oficiais de cada candidato para igualmente garantir transparência, lisura e equidade do pleito.

Iniciado o período de propaganda eleitoral, caso o candidato não informe sua rede social e realize atos de campanha no perfil, ele será sancionado pela Justiça Eleitoral, ao menos com a penalidade de multa no valor mínimo.

De igual modo, o partido e coligação do referido candidato também necessitam informar os meios oficiais para evitar punições e podem realizar propaganda por mensagens eletrônicas para os endereços cadastrados.

Existe, ainda, o dever de informar sobre os blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e aplicações de internet assemelhadas para que sejam realizadas as propagandas na internet e passem pelo crivo da Justiça Eleitoral sem omissões.

O rigor é tamanho que a correção futura, ou seja, a informação extemporânea de que aquela rede social é do candidato, não é suficiente para afastar a aplicação da penalidade, sendo o candidato punido cada vez que realizar a propaganda por meio não oficial.

A comunicação tardia e a inexistência de vantagens pessoais ou de prejuízos para o processo eleitoral em curso não eliminam a infração, mas podem servir como atenuante para aplicação da multa.

6. VEDAÇÕES À PROPAGANDA NA INTERNET

De pronto tem-se a vedação de propaganda eleitoral paga na internet, excetuado o impulsionamento de conteúdos devidamente identificado e contratado pelo candidato, partido ou coligação, conforme leciona o artigo 57-C da Lei nº 9.507/97. Importante destacar a exceção para o "conteúdo".

Dessa forma, o candidato não pode impulsionar seu próprio perfil, mas pode fazer esse estímulo de conteúdo específico como, por exemplo, um vídeo seu com uma proposta específica sobre alguma temática que vise beneficiar a candidatura, sendo cabível a multa prevista no § 2º do mesmo dispositivo legal para os casos de desvirtuamento desse escopo.

Com efeito, por opção expressa do legislador, o alvo exclusivo da propaganda por impulsionamento não é outro senão o de promover ou beneficiar candidaturas e/ou partidos políticos. Não é exigido, como de regra para caracterização de propaganda eleitoral antecipada ou exercício do direito de resposta, que o conteúdo negativo impulsionado corresponda à afirmação caluniosa, difamatória, injuriosa ou sabidamente inverídica. A mera referência crítica ou jocosa a adversário, à atuação de parlamentar ou

[3]GOLTZMAN, Elder Maia. Liberdade de expressão e desinformação em contextos eleitorais. Belo Horizonte: Fórum, 2022, 106-107

gestor público basta para desbordar dos estreitos contornos traçados pelo § 3º do art. 57-C da Lei das Eleições, perfazendo meio proscrito.

Sobre o tema, o TSE recentemente ratificou o entendimento de que "*a proibição de propagar, por meio de impulsionamento, propaganda eleitoral com conteúdo negativo não tolhe a garantia à liberdade de expressão*." (ED-AgR-AREspE nº 0602137- 06/ES, rel. Min. André Ramos Tavares, julgado em 05.09.2024, DJe de 17.09.2024).

O anonimato também é vedado durante a campanha eleitoral, o que reforça o conceito de transparência e de informações obrigatórias para que se evite o uso de fakes ou inteligência artificial para atacar adversários políticos.

Para coibir abusos, é vedado que órgãos e entidades públicas ou subvencionadas pelo Poder Público doem ou cedam cadastro eletrônico para os players eleitorais, sendo terminantemente proibida a venda desse cadastro.

7. DAS OBRIGAÇÕES DOS PROVEDORES DE CONTEÚDO

Os provedores de conteúdo e serviços de multimídia que hospedam propaganda eleitoral podem sofrer com todas as sanções previstas na lei caso, após notificação da Justiça Eleitoral, não tomem as devidas providências para sanar a irregularidade.

A legislação conferiu assim para a Corte Eleitoral meios coercitivos objetivos para que as plataformas em geral tenham obrigação de atender às remoções e demais solicitações da justiça, permitindo que estas sejam punidas de forma similar àqueles que cometeram o ato irregular de propaganda.

A responsabilidade direta destes só ocorre quando eles têm prévio conhecimento do material de propaganda irregular veiculado.

No envio de mensagens eletrônicas, deve ser possível aos destinatários o seu descadastramento em até 48 (quarenta e oito) horas, permitindo que o eleitor, caso não queira receber aquele tipo de conteúdo ou propaganda, retire seu cadastro perante o remetente.

8. CASOS EMBLEMÁTICOS DAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2024

Sobre esta questão, na combatida eleição da capital paulista de 2024, mais um caso emblemático sobre a matéria ocorreu quando, às vésperas do pleito do primeiro turno, foi divulgado relatório médico considerado falso do candidato Guilherme Boulos por intermédio do candidato Pablo Marçal e de perfis no *Instagram* e no *YouTube*.

Deferida a medida liminar do processo nº 0600553-23.2024.6.26.0002[4] para a remoção do conteúdo às vésperas do pleito, a Justiça Eleitoral de forma célere agiu para evitar prejuízos à lisura do pleito que ocorreria logo em sequência.

A repercussão, inclusive, foi nacional, dada a importância do maior centro comercial e econômico do país, o que certamente será considerado em eventual condenação em atenção à proporcionalidade.

Ainda no âmbito da eleição paulista, como já citado, a candidatura do influenciador Pablo Marçal trouxe grande debate sobre o uso irregular de perfis e de *bots*, diante de uma suposta manipulação artificial do debate político por meio de perfis falsos e automatizados capazes de distorcer a percepção da opinião pública.

No caso, Pablo Marçal e Antônia Fernandes, candidatos à Prefeito e Vice-Prefeita, foram acusados de abuso de poder político, econômico, uso indevido de meios de comunicação social e captação ilícita de recursos em violação ao art. 30-A da Lei nº 9.504/97.

Dentre as alegações, destaca-se a imputação de que o candidato Pablo Marçal conferia apoio público em redes sociais em troca de dinheiro, utilizando diversos perfis para tanto, ou seja, as doações por ele recebidas em verdade seriam contraprestações de serviço, perfazendo forma ilícita de arrecadação e uso indevido dos meios de comunicação social.

As ações de investigação judicial eleitoral da matéria foram julgadas conjuntamente no dia 21/02/2025[5], no juízo da zona eleitoral da capital paulista, reconhecendo parcialmente os pedidos para condenar

[4]Disponível em: consultaunificadapje.tse.jus.br/consulta-publica-unificada/documento?extensaoArquivo=text/html&path=pje1g/sp/2024/10/5/8/2/32/00daa0dd383600ded674afd368a04ab16a74cab47e-203727a64d37a0e9727f9e

[5] Disponível em: consultaunificadapje.tse.jus.br/consulta-publica-unificada/documento?extensaoArquivo=text/html&path=pje1g/sp/2025/2/21/18/0/3/48419aedbeec417ec063cc6d8aa46a321c676436c-6425006840c7352d14b4fec

Pablo Marçal à penalidade de 08 (oito) anos de inelegibilidade por abuso de poder político, abuso de poder econômico, uso indevido de meios de comunicação e captação ilícita de recursos efetuados e sem condenação para Antônia Fernandes.

O caso ainda será julgado em segunda instância e provavelmente só se encerrará no Tribunal Superior Eleitoral e deve ser um grande balizador para o futuro da matéria. Casos como esse demonstram a importância da atuação firme, célere e combativa da Justiça Eleitoral e mostra o quanto é desafiadora a matéria.

9. LIBERDADE DE EXPRESSÃO X PROPAGANDA NEGATIVA

Há que se ter em vista que a intervenção da Justiça Eleitoral para limitar a propaganda eleitoral e, em consequência, restringir a liberdade de expressão, ao remover conteúdos, deve ser excepcional e ponderada.

A liberdade de expressão é um direito fundamental consagrado na Constituição Federal, que assegura a livre manifestação do pensamento, da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença.

Essa proteção é essencial para a Democracia, permitindo o pluralismo de ideias, bem como o livre debate de opiniões e informações que promovam a consciência crítica e o desenvolvimento do posicionamento político de cada cidadão.

Entretanto, embora a liberdade de expressão seja uma garantia constitucional central, ela não é absoluta.

O exercício desse direito encontra limites nos próprios valores democráticos. Assim, a liberdade de expressão e o direito à informação não legitimam a disseminação de fake news, ou de conteúdos difamatórios, injuriosos, caluniosos, que possam induzir o eleitorado a conclusões equivocadas.

Embora se reconheça que críticas, ainda que severas e ácidas, façam parte do jogo político, não é aceitável albergar um cenário em que se atribui aos candidatos adversários a prática de crimes, por exemplo, sem que haja qualquer evidência de ter havido uma condenação judicial prévia.

Ou seja, a disseminação de informações inverídicas deve ser coibida e punida e, a depender da amplitude e alcance, atingir valor superior ao mínimo legal, já que a abrangência da internet permite que a imputação chegue aos eleitores de forma abrupta, célere e, por vezes, irreversível.

Nesta senda, tem sido este o posicionamento do Tribunal Superior Eleitoral para coibir tal conduta, *in verbis:*

> É cabível a multa do art. 57-D, § 2º, da Lei 9.504/97 na hipótese de abuso da liberdade de expressão na propaganda na internet, tal como nos casos de discurso de ódio, de ideias contrárias à ordem constitucional e ao Estado Democrático e de mensagens injuriosas, difamantes ou mentirosas
>
> (TSE. Rp 0601562-20/DF, Rel. Min. Alexandre de Moraes, DJE de 26/6/2023).
>
> ELEIÇÕES 2022. EMBARGOS DE DECLARAÇÃO. REPRESENTAÇÃO PROCEDENTE. PROPAGANDA ELEITORAL IRREGULAR NA INTERNET. DIVULGAÇÃO DE FATO SABIDAMENTE INVERÍDICO. OMISSÃO. INEXISTÊNCIA DE VÍCIOS. PRETENSÃO DE REEXAME. INCONFORMISMO.
>
> 1. Não há obscuridade em relação à aplicação da multa prevista no art. 57-D, § 2º, da Lei 9.504/97, porquanto a jurisprudência do TSE firmada para as Eleições de 2022 é no sentido da aplicabilidade da referida sanção na hipótese de abuso na liberdade de expressão na propaganda eleitoral na internet, a exemplo da veiculação de mensagens com conteúdo injurioso, difamatório ou sabidamente inverídico.
>
> 2. O acórdão embargado analisou a matéria de forma clara, objetiva e fundamentada, ainda que de modo contrário à pretensão recursal, o que evidencia o mero inconformismo da parte, finalidade para a qual não se prestam os embargos de declaração.3. Não demonstrada a existência, no acórdão embargado, de algum dos vícios descritos no art. 275 do Código Eleitoral, c.c. o art. 1.022 do Código de Processo Civil, a rejeição dos embargos declaratórios é medida que se impõe. Embargos de declaração rejeitados.
>
> (TSE. Embargos de Declaração em Representação nº060130762, Acórdão, Min. Floriano De Azevedo Marques, Publicação: DJE - Diário de Justiça Eletrônico, 08/05/2024).
>
> RECURSO ELEITORAL. ELEIÇÕES 2022. REPRESENTAÇÃO. CANDIDATO AO CARGO DE PRESIDENTE DA REPÚBLICA.PRETENSÃO DE REMOÇÃO DE PUBLICAÇÃO VEICULADA NA REDE SOCIAL FACEBOOK. FATOS INVERÍDICOS. APLICAÇÃO DA MULTA PREVISTA NO § 2º

DO ART. 57-D DA LEI N. 9.504/1997. POSSIBILIDADE. JURISPRUDÊNCIA DO TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL FIXADA PARA AS ELEIÇÕES 2022. ALCANCE DO CONTEÚDO VEICULADO. COMINAÇÃO DE MULTA.

1. Nos termos da jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral fixada para as Eleições 2022, permanece o interesse na remoção e abstenção de veiculação de propaganda eleitoral irregular depois do término do processo eleitoral, não havendo perda superveniente de objeto no caso.

2. A multa prevista no § 2º do art. 57-D da Lei n. 9.504/1997 incide sobre casos de disseminação de conteúdo falso em propaganda eleitoral veiculada na internet, nos termos da jurisprudência deste Tribunal Superior fixada para as eleições de 2022.3. São critérios objetivos a serem considerados para a fixação da multa, nos termos de recente precedente deste Tribunal Superior: a) a reiteração da propagação de conteúdo inverídico; b) o número de seguidores; c) o alcance da veiculação; d) a proximidade do pleito.4. Recurso provido para julgar procedente a representação, cominando multa ao representado, e determinando a remoção do conteúdo veiculado e abstenção de nova veiculação.

(TSE. Recurso em Representação nº060178740, Acórdão, Min. Cármen Lúcia, Publicação: DJE - Diário de Justiça Eletrônico, 28/05/2024).

De igual modo, as cortes regionais seguem a mesma linha de entendimento:

RECURSO. REPRESENTAÇÃO. ELEIÇÕES 2024. PROPAGANDA ELEITORAL NEGATIVA. DIFUSÃO DE FATO SABIDAMENTE INVERÍDICO. OFENSA À IMAGEM DE CANDIDATA. CONFIGURAÇÃO. PROCEDÊNCIA PARCIAL. MULTA. ART. 57-D, §2º DA LEI N. 9.504/97. APLICAÇÃO. DESPROVIMENTO.

Nega-se provimento ao recurso, mantendo os termos da sentença primeva, quando se verifica que as postagens veiculadas desbordam do limite das meras críticas políticas, visto que contém informação inverídica que desabona a candidata da agremiação recorrida, atraindo a aplicação da multa prevista no art. 57-D, §2º da Lei n. 9.504/97.

(TRE/BA. RECURSO ELEITORAL nº060028837, Acórdão, Des. Moacyr Pitta Lima Filho, Publicação: PSESS - Publicado em Sessão, 01/12/2024).

RECURSO. REPRESENTAÇÃO. ELEIÇÕES DE 2024. IMPROCEDÊNCIA. VÍDEO PUBLICADO NO INSTAGRAM. DIVULGAÇÃO DE FATO SABIDAMENTE INVERÍDICO. OFENSA À HONRA DO CANDIDATO RECORRENTE. APLICAÇÃO DA MULTA PREVISTA NO ART. 57-D, § 2º, DA LEI Nº 9.504/1997. PROVIMENTO.

1. Deve ser reformada a sentença que julga improcedentes os pedidos formulados em representação quando se verifica que o vídeo impugnado divulga informação inverídica que escapa aos limites da liberdade de expressão, constituindo-se em clara ofensa à honra do candidato recorrente.

2. Consoante a jurisprudência do TSE, cabe à espécie a aplicação da multa prevista no art. 57-D, § 2º, da Lei nº 9.504/1997, fixada no patamar razoável e proporcional de R$ 5.000,00.

3. Recurso a que se dá provimento para condenar a recorrida ao pagamento de multa no valor de R$5.000,00, nos termos do art. 57-D, § 2º, da Lei nº 9.504/1997.

(TRE-BA. RE 0600432-25.2024.6.05.0084. Relatora Desemb. Maízia Seal Carvalho. Julgado em 21/10/2024)

RECURSO ELEITORAL. PROPAGANDA ELEITORAL NEGATIVA. DIVULGAÇÃO DE VÍDEO EM REDE SOCIAL. DIVULGAÇÃO DE FATOS SABIDAMENTE INVERÍDICOS E DESCONTEXTUALIZADO. EXTRAPOLAÇÃO DA LIBERDADE DE EXPRESSÃO E DEBATE DEMOCRÁTICO. PROPAGANDA IRREGULAR CARACTERIZADA. MULTA DO ART. 57-D, §2º, DA LEI 9.504/97. RECURSO PROVIDO.

(Tribunal Regional Eleitoral de São Paulo. Recurso Eleitoral 060035765/SP, Rela-

tor(a) Des. Claudio Langroiva Pereira, Acórdão de 19/11/2024, Publicado no(a) Publicado em Sessão 4659, data 19/11/2024)

De onde ressai a importância de que não só o teor da propaganda precisa estar de acordo com a verdade fática, mas todo o seu conteúdo, incluindo aí, e principalmente, o título da publicação ou matéria, que, por certo, é o grande cartão de visitas daquele conteúdo.

10.CONCLUSÃO

A propaganda eleitoral na internet representa um novo desafio para a Justiça Eleitoral a cada pleito que passa. A constante evolução dos meios de comunicação social, o surgimento de novas redes sociais que atingem grande parcela da sociedade e a crescente utilização de inteligência artificial representam severo risco e perigo para as eleições, caso não sejam devidamente fiscalizados.

A constante mudança legislativa e atualização por meio das resoluções mostra que a Corte Eleitoral se mantém atenta aos pormenores e preocupada em garantir a lisura do pleito. Os magistrados, por sua vez, têm sido bastante rigorosos na coibição de atos irregulares, com reprimendas que criam balizas para os candidatos e eleitores, como demonstra a jurisprudência recente.

O ano de 2024 mostrou que o uso crescente das redes resultou num aumento exponencial de ações judiciais sobre as propagandas na internet, atingindo números recordes nos tribunais regionais de todo país. A Justiça Eleitoral precisa estar preparada para as futuras eleições que certamente contarão com um número cada vez maior de processos judiciais em face das propagandas eleitorais na internet.

Além disso, é necessário que haja uma frequência de debates sobre a matéria, mantendo legislação e os players completamente atualizados sobre o tema. Ademais, a Justiça Eleitoral deve manter de forma vigilante os investimentos em tecnologia, tudo para garantir a proteção, controle e lisura do pleito eleitoral.

O mais importante de cada pleito eleitoral é que a vontade dos eleitores seja garantida de forma limpa, transparente e correta, com a manutenção da urbanidade e do respeito às regras legais das eleições. Os problemas existem e tendem a aumentar a cada pleito. Entretanto, a forma como a Justiça Eleitoral tem atuado promove segurança e confiança ao jurisdicionado, permitindo, paulatinamente, o aprimoramento de suas ações para o que virá nas próximas eleições.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Presidência da República. **Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997**. Disponível em: <L9504>. Acesso em: 26 de fevereiro de 2025.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução 23.610, de 18 de dezembro de 2019**. Disponível em: < RESOLUÇÃO Nº 23.610, DE 18 DE DEZEMBRO DE 2019. — Tribunal Superior Eleitoral> Acesso em: 26 de fevereiro de 2025.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução 23.732, de 27 de fevereiro de 2024**. Disponível em: < RESOLUÇÃO Nº 23.732, DE 27 DE FEVEREIRO DE 2024 — Tribunal Superior Eleitoral> Acesso em: 26 de fevereiro de 2025.

BRASIL. **Tribunal Superior Eleitoral**: Disponível em: consultaunificadapje.tse.jus.br/consulta-publica-unificada/documento?extensaoArquivo=text/html&path=pje1g/sp/2024/10/5/8/2/32/00daa0dd-383600ded674afd368a04ab16a74cab47e203727a64d37a0e9727f9e. Acesso em: 26 de fevereiro de 2025.

BRASIL. **Tribunal Superior Eleitoral**: Disponível em: consultaunificadapje.tse.jus.br/consulta-publica-unificada/documento?extensaoArquivo=text/html&path=pje1g/sp/2025/2/21/18/0/3/48419aedbee-c417ec063cc6d8aa46a321c676436c6425006840c7352d14b4fec. Acesso em: 26 de fevereiro de 2025.

GOLTZMAN, Elder Maia. **Liberdade de expressão e desinformação em contextos eleitorais**. Belo Horizonte: Fórum, 2022, 106-107

GONÇALVES DA SILVA, Felipe Carvalho. **No Curso: 1º Seminário de Direito Eleitoral: Temas Relevantes para as Eleições de 2012**. Disponível em: seminariodedireitoeleitoral.pdf . Acesso em: 28 de fevereiro de 2025.

MARCELINO, Daniel. Disponível em: **Efeito Pablo Marçal desencadeia 'guerra digital' e faz candidatos reverem estratégias**. Acesso em: 28 de fevereiro de 2025.