

SUAS DEFINIÇÕES FORAM ATUALIZADAS! A TRANSFORMAÇÃO DA PERGUNTA SOBRE O IMPACTO DIGITAL NAS ELEIÇÕES PARA: COMO AS ELEIÇÕES IMPACTAM A INTERNET?

Diogo Rais¹

Alinne Lopes²

Resumo: A relação entre a internet e as eleições têm se mostrado um dos maiores desafios no Direito Eleitoral e na execução dos pleitos. Muitas facilidades foram criadas, mas com elas também foram ampliados os indesejáveis efeitos colaterais. Há anos a pergunta que tem sido feita é a busca de uma métrica para quantificar o impacto digital nas eleições, porém, acumulada a experiência nos últimos dez anos, talvez seja a hora de inverter esta pergunta, afinal, como as eleições impactam a internet? Na busca dessa resposta, traçamos o caminho que conduz o texto ora apresentado analisando as mudanças mais relevantes dentro da legislação eleitoral no que diz respeito às novas demandas criadas pelos avanços tecnológicos e os esforços da Justiça Eleitoral em suprir essas lacunas. Foi feita, ainda, um compilado dos temas de maior impacto para o ambiente digital, trazendo as sugestões enviadas ao Tribunal Superior Eleitoral pelo Laboratório de Direito e Democracia da Universidade Presbiteriana Mackenzie, concluindo que o meio digital deve ser encarado de forma diferente do ambiente analógico e que, para que a Justiça esteja pronta para lidar com a nova realidade, será necessário que entendam que nem toda ferramenta analógica é funcional nesse novo mundo, dinâmico e em constante mutação.

Palavras-chave: internet; eleições; Direito Eleitoral digital; propaganda eleitoral na internet; redes sociais.

1. Introdução

A evolução e disseminação exponencial da tecnologia encontrou, na pandemia da Covid-19, um enorme propulsor em razão da digitalização das atividades e das relações diante

¹ Diogo Rais é advogado e cofundador do Instituto Liberdade Digital. Colunista exclusivo, na área eleitoral, do jornal *Valor Econômico*, durante as eleições de 2016 e de 2020, e da *Folha de S.Paulo* para as eleições de 2018. Professor de Direito Eleitoral e Direito Digital da graduação e do Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Direito Político e Econômico da Universidade Presbiteriana Mackenzie (UPM). Membro da Academia de Direito Eleitoral e Político (Abradep). Coordenador dos livros *Direito Público Digital*; *Fake News: a conexão entre a desinformação e o Direito*; e *Direito Eleitoral Digital*, todos da editora Revista dos Tribunais. Foi um dos especialistas convidados pela relatoria especial de liberdade de expressão da Organização dos Estados Americanos (OEA) para colaborar com o guia de combate à desinformação. Pesquisa o tema da tecnologia e eleições desde 2010.

² Alinne Lopes é advogada e pós-graduanda em Direito Digital na Fundação da Escola Superior do Ministério Público (FMP). Bacharela em Direito pela UPM. Diretora de Comunicação e Pesquisadora no Instituto Liberdade Digital. Colunista no *Valor Econômico*, na Arena Eleitoral, durante as eleições de 2020. Trabalha também com temáticas que afetam grupos minoritários, com publicações pela organização não governamental Safety First For Girls, trazendo a experiência brasileira da comunidade LGBTQIA+, onde também fez parte do corpo executivo na função de *volunteer manager*.

das necessidades causadas por esse mal. O que já era rápido foi acelerado, e esse conjunto se incorporou a nossa vida em sociedade, levando os dilemas sobre a relação da internet com as eleições para outra ótica.

O que parecia ser visto como mal necessário que exigia controle ao máximo passou a ser um dos principais aliados no enfrentamento dos desafios das eleições de 2020. Com isso, a curva de aprendizagem sobre essa relação, sua normatização e sua aplicação também se alterou. Mas o que isso significa no cenário eleitoral brasileiro?

Em busca dessa resposta, este texto parte das pesquisas e experiências desenvolvidas e compartilhadas no âmbito do Grupo Revisor do Eixo III – Propaganda Eleitoral e Temas Correlatos, que foi incumbido de promover o desenvolvimento e aprofundamento dos estudos e debates a partir dos relatórios finais elaborados pelo GT-SNE.

O Grupo de Pesquisa Laboratório de Direito Digital e Democracia, vinculado à Faculdade de Direito da Universidade Presbiteriana Mackenzie, representado por Diogo Rais, participou das atividades e buscou colaborar com as discussões e, como um dos frutos deste trabalho, em coautoria com Alinne Lopes, membra do grupo, elaboraram este artigo compartilhando um pouco da experiência tão gratificante.

2. O impacto da tecnologia no processo eleitoral

Viver em um mundo conectado significa entender as ramificações e necessidades que surgem com o desenvolvimento de novas tecnologias e a inserção do mundo digital em todos os aspectos da vida cotidiana. Estamos mais perto uns dos outros hoje do que jamais estivemos, e as facilidades do dia a dia estão representadas por um pequeno aparelho que carregamos nos bolsos e que contém um mundo de possibilidades e responsabilidades: o celular.

A todo momento estamos nos comunicando, trocando informações e compartilhando ideias com um número imensurável de destinatários. Com uma tecnologia em constante atualização e que vive em casas, carros, ambientes de trabalho e perpassa pelas ruas, o movimento de digitalização da vida também chega aos ambientes políticos e impacta a forma como vivenciamos e organizamos o sistema democrático.

Essa movimentação pela digitalização da vida política, porém, não é inédita. A urna eletrônica, por exemplo, começou a ser integrada no processo eleitoral a partir de 1996 (RAIS *et al.*, 2018) e simboliza, talvez, uma das maiores contribuições da tecnologia para a Justiça Eleitoral, modernizando a contabilização dos votos e assegurando uma nova camada de segurança e auditabilidade para as eleições (BRASIL, 2021).

Curiosamente, a primeira idealização de um aparelho que pudesse auxiliar na votação de forma automatizada ocorreu 64 anos antes quando, no primeiro Código Eleitoral brasileiro, em

1932, foi feita menção a uma “máquina de votar”³ (RAIS *et al.*, 2018). Mesmo separadas por um considerável período, o sucesso na concepção da urna eletrônica não foi o primeiro passo da Justiça Eleitoral para o novo século.

Em 1986, enquanto o Brasil se preparava para a Constituinte de 1988, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) iniciava seu processo de informatização sob a presidência do Ministro José Néri da Silveira. De acordo com a Lei nº 7.444/1985, o processo criaria “o cadastro eletrônico em um sistema de banco de dados por computador e a adoção de um número único, nacional, no registro do título de eleitor” (BRASIL, 2016).

A adoção desse cadastro significou, além de mais segurança para o processo eleitoral, um passo na direção da tecnologia e inovação em um período no qual os esforços de modernização ainda eram tímidos. Em 2016, conforme posicionamento do Ministro Dias Toffoli, à época na presidência do TSE, “estava, pois, deflagrado, definitiva e irreversivelmente, o ingresso controlado e administrado da Justiça Eleitoral na era da informática. A continuidade deste trabalho gerou a urna eletrônica, a votação eletrônica [...]” (BRASIL, 2016).

Para além das urnas eletrônicas, a introdução de aspectos tecnológicos no processo eleitoral contou com a modernização de outros temas, como a doação de fundos por meio de *sites* e a previsão de *crowdfunding*, após a reforma eleitoral de 2017, para o financiamento coletivo das campanhas (BRASIL, 2018), dentre outras melhorias realizadas nos últimos ciclos eleitorais para otimizar o processo, como a prestação de contas partidária (Sistema de Prestação de Contas Anual) e eleitoral (Sistema de Prestação de Contas Eleitorais) e o alistamento eleitoral com a popularização do e-Título (RAIS *et al.*, 2018, p. 162-164).

No entanto, pela magnitude das mudanças nos últimos anos, o maior impacto talvez tenha sido no âmbito da propaganda eleitoral. Mesmo com o histórico de uma das justiças mais à frente de seu tempo, ela não o foi até a popularização das redes sociais e o desenvolvimento de tecnologias capazes de não apenas impactar o processo, mas ativamente interferir no jogo político; assim o Direito Eleitoral começou a sofrer repaginadas significativas para se adequar aos novos problemas e oferecer soluções capazes de entender as novas demandas. De fato, pelo próprio caráter dinâmico e imprevisível da internet e do ecossistema digital como um todo, a Justiça Eleitoral passa a ter de lidar com questões nunca vistas e recebe a difícil tarefa de desbravar terras não exploradas.

³ Art. 57. Resguarda o sigilo do voto um dos processos mencionados abaixo: I - Consta o primeiro das seguintes providencias: 1) uso de sobrecartas oficiais, uniformes, opacas, numeradas de 1 a 9 em séries, pelo presidente, á medida que são entregues aos eleitores; 2) isolamento do eleitor em gabinete indevassavel, para o só efeito de introduzir a cedula de sua escolha na sobrecarta e, em seguida, fecha-la; 3) verificação da identidade da sobrecarta, a vista do número e rubricas; 4) emprego de uma suficientemente ampla para que se não acumulem as sobrecartas na ordem em que são recebidas. II - Consta o segundo das seguintes providencias: 1) registro obrigatorio dos candidatos, até 5 dias antes da eleição; 2) **uso das máquinas de votar**, regulado oportunamente pelo Tribunal Superior, de acôrdo com o regime dêste Código (BRASIL, 1932, grifo nosso).

De acordo com pesquisa realizada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), o número de brasileiros conectados à internet cresceu cerca de 7% entre 2019 e 2020, indo de 134 milhões para 152 milhões de pessoas acima de 10 anos com acesso à rede (LÉON, 2021). Para o coordenador da pesquisa, Fábio Storino, a pandemia acelerou o processo e foi responsável por um dos maiores aumentos anuais dessa porcentagem (VALENTE, 2020). De fato, a imprevisibilidade das circunstâncias que levaram o ano de 2020 a ser um impulsionador das atividades digitais e a adaptabilidade da internet em suprir essas lacunas são questões representativas da dificuldade em estabelecer parâmetros para o ecossistema digital.

Um estudo realizado pelo CupoNation revelou aumento de cerca de 40% no número de usuários brasileiros nas redes sociais em 2020. As necessidades da pandemia dobraram a projeção que era, inicialmente, de um aumento de apenas 20% (BATISTA, 2020). Ainda no mesmo estudo, é possível analisar outro crescimento exponencial: as novas mídias. O Instagram, por exemplo, contava, na última pesquisa, com 50% de usuários ativos no Brasil; representando aumento de 230% nos últimos dois anos (MÍDIAS..., [2020]).

Além de popular, a internet e suas aplicações também impactam a mentalidade dos usuários, influenciando tendências, expandindo o espaço de divulgação de ideias, alterando a lógica da comunicação, de “um para muitos” para “de muitos para muitos” e, ainda, criando o fenômeno do filtro bolha⁴ (FARIAS; CARDOSO, 2020).

Dados os impactos da tecnologia observados nos ciclos eleitorais anteriores, a Justiça Eleitoral passa a absorver a lógica da internet em suas resoluções, buscando compreender não apenas o aspecto objetivo dos problemas causados pela instituição de novos institutos, mas o aspecto subjetivo do que esses institutos podem significar para o processo democrático. A questão, assim, deixou de ser “como a internet pode impactar o processo eleitoral?” e passou a ser “como o processo eleitoral pode impactar a internet?”.

Um dos exemplos mais recentes desse fenômeno foi o crescimento exponencial dos disparos em massa em aplicativos de mensageria instantânea durante as eleições de 2018. Tratou-se de uma situação nova, tecnicamente complexa e com impacto nuclear sobre a integridade das eleições, que levou, enfim, a longos debates sobre o uso da tecnologia para desequilibrar ou defraudar eleitores e candidatos, culminando na proibição da conduta, pela primeira vez, estabelecida pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE), na Resolução nº 23.610/2019 (JUSTIÇA..., 2020).

⁴Quando Eli Pariser (2015) cunhou o termo “bolha de filtro”, em 2011, ele estava falando sobre como a *web* personalizada – e em particular a função de busca do Google – demonstra estarmos menos propensos a sermos expostos a informações que nos desafiam ou ampliam nossa visão de mundo, e menos propensos a encontrar fatos que refutem informações falsas que outras pessoas compartilharam. O argumento de Pariser (2015), na época, era que as plataformas de mídia social deveriam garantir que “seus algoritmos priorizem visualizações e notícias contrárias que são importantes, não apenas as mais populares ou mais autovalidadas”. Mas, em menos de cinco anos, graças ao poder de algumas plataformas sociais, a bolha de filtros descrita por Pariser se tornou muito mais extrema (FARIAS; CARDOSO, 2020).

A situação é um caso interessante em que uma novidade no processo eleitoral possibilitado por desenvolvimentos tecnológicos criou uma lacuna na legislação, permitindo que uma conduta não prevista pudesse afetar significativamente o direcionamento de uma eleição. Assim, o TSE foi capaz de compreender a demanda inédita e editar, em 2019, a resolução sobre propaganda eleitoral válida para o ciclo eleitoral de 2020.

Art. 34. É vedada a realização de propaganda via telemarketing em qualquer horário, bem como por meio de disparo em massa de mensagens instantâneas sem anuência do destinatário (BRASIL, 2019).

Para comparar as evoluções tecnológicas e as adequações legislativas em âmbito eleitoral, é necessário mencionar, ainda, outro instituto que ressignificou a campanha eleitoral e o debate acerca da liberdade de expressão e da participação política: o impulsionamento de conteúdo. O impulsionamento de conteúdo eleitoral é permitido pelas regras estabelecidas pelo TSE desde as eleições de 2018 e permanece sendo a única forma paga permitida na internet para a realização de propaganda eleitoral, introduzido pela primeira vez no art. 24 da resolução de propaganda editada em 2017 para as eleições de 2018, conforme texto na íntegra:

Art. 24. É vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na internet, excetuado o impulsionamento de conteúdos, desde que identificado de forma inequívoca como tal e contratado exclusivamente por partidos políticos, coligações e candidatos e seus representantes (Lei nº 9.504/1997, art. 57-C, *caput*). (BRASIL, 2018a).

Acompanhando o clima de uma sociedade cada vez mais informatizada e tecnológica, a Justiça Eleitoral passa, então, a incorporar em seu processo democrático, uma forma igualmente inovadora de fazer propaganda, redefinindo os pilares da campanha e assumindo o desafio de definir os limites e regramentos do impulsionamento de conteúdo. Já em 2018, os valores movimentados pela propaganda paga na internet chegaram a superar a marca de R\$2 milhões entre os dias 16 e 30 de agosto (BRASIL, 2018). Em 2020, apenas um ciclo eleitoral depois, esse valor chegou a bater mais de R\$95 milhões, cerca de 3,3% do total dos gastos de campanha (VASCONCELLOS, 2020).

Muitos motivos podem ser usados para justificar os recursos gastos, dentre eles, a realidade sanitária pela qual o Brasil passou em 2020. O distanciamento social foi catalisador importante para que os candidatos preterissem a campanha corpo a corpo em favor da campanha digital, mas, em outra reviravolta que exemplifica a imprevisibilidade do jogo democrático, o real efeito do digital foi menor do que o esperado. A internet, conforme foi indicado pelo cenário único vivido em 2020, não existe para substituir o espaço físico e tradicional, ao menos não por enquanto, já que vivemos, agora, um espaço híbrido onde as duas realidades estão em constante transformação (RAIS *et al.*, 2020).

Outro fenômeno intrínseco ao processo e que impacta a forma como a internet se relaciona com o eleitoral é a desinformação. As chamadas *fake news*, podendo ser mais bem definidas como notícias fraudulentas e não como notícias falsas, devem tradicionalmente contar com três

elementos para que sejam objetos do Direito: falsidade, dolo e dano (RAIS, 2018). Nas eleições de 2018, a desinformação esteve em alta, principalmente no meio digital, e a Justiça Eleitoral tenta, até hoje, solucionar os problemas vindos dela.

O debate que se cria diante do difícil dever de conter a desinformação e impedir que ela direcione a democracia ainda não foi concluído, mas a pergunta mais comum é como regulamentar esse fenômeno, como prevenir e punir e em qual esfera da regulamentação pública devem se dar esses esforços. Desde as resoluções do TSE, o trabalho de conscientização do programa de combate à desinformação do Tribunal e os esforços conjuntos de parcerias entre a Justiça Eleitoral e as plataformas e os provedores de aplicação, até as discussões da CPI das Fake News e os diversos projetos que sugeriram formas de combate, punições e alternativas, culminando no polêmico Projeto de Lei nº 2.630/2020⁵, fica claro que as ideias vêm de muitas frentes diferentes.

Em 2021, as redes sociais foram amplamente usadas para divulgar projetos com potencial de impactar não apenas o processo eleitoral como um todo, mas também o ecossistema digital. O espaço público moveu-se ainda mais para dentro do espaço privado, dos dispositivos eletrônicos e dos lares brasileiros, utilizando as plataformas para debater temas que, tradicionalmente, não atraem tanto a atenção dos eleitores, como as reformas política e eleitoral e o voto impresso auditável.

A Justiça Eleitoral caminha hoje a passos largos para acompanhar os desenvolvimentos tecnológicos e o surgimento de novas demandas, impossíveis de prever e difíceis de regular, para garantir a integridade e equidade do processo democrático. O foco da questão mudou e não é mais uma conversa sobre como moldar a internet para suprir as necessidades eleitorais, mas como moldar a legislação eleitoral para suprir as necessidades de uma sociedade conectada, assegurando que o ecossistema digital funcione, não como um obstáculo para a democracia, mas como um alicerce, proporcionando debates mais aprofundados, socializando conhecimentos e ideias e permitindo que a vasta maioria da população tenha voz.

3. Resumo das sugestões encaminhadas pelo Laboratório de Direito Digital e Democracia da Universidade Presbiteriana Mackenzie (UPM) ao TSE

Em conformidade com a proposta de sugestão de alterações, as propostas encaminhadas para o TSE levaram em consideração os dispositivos da Resolução-TSE nº 23.610/2019 e, quando cabível, sua correspondência na Lei nº 9.504/1997 (Lei das Eleições). Por meio da análise da legislação eleitoral, considerando, ainda, o ecossistema eleitoral e digital, o Laboratório de

⁵ Cria-se uma rede de transferência e armazenamento de dados em quantidade extremamente superior ao razoável, vulnerabilizando a privacidade e segurança das informações de toda a sociedade e, tudo isso, em nome da psseudossegurança. Pois, nos moldes aprovado pelo Senado, a proposta será incapaz de localizar o primeiro criador do conteúdo falso, algo como o paciente zero em uma epidemia, pois a produção e disseminação de conteúdo em serviços de mensageria instantânea possui inúmeras fontes, se assemelhando à figura de uma rede, com bilhões de nós, que não sabemos onde começa. Não se trata de uma pirâmide. Então, por isso, o PL aprovado pelo Senado não é capaz de cumprir o que promete: o que poderá fazer é construir uma rede de vulnerabilidades em privacidade e segurança (RAIS, 2020).

Democracia e Direito Digital da UPM, sob a liderança dos autores deste artigo, categorizou as mudanças sugeridas em: adição, supressão, modificação, substituição e outro.

O primeiro dispositivo levado para análise foi o art. 36 da Lei das Eleições, também especificado na Res.-TSE nº 23.610/2019, art. 2º, § 1º, que trata da propaganda interpartidária. A sugestão do Laboratório foi de que fosse modificado o artigo para incluir a previsão expressa da possibilidade de a propaganda, nesse caso, ser realizada em ambiente digital, garantindo que, mesmo em tempos de crise sanitária, como foi o caso das eleições de 2020, seja assegurada a propaganda interpartidária, observando a constante digitalização dos processos democráticos.

3.1 Data de início e fim da pré-campanha

Em seguida, foi discutida a inclusão de um § 6º no art. 2º, equivalente ao art. 36 da Lei das Eleições, que estabelecesse, de forma inequívoca, o começo e o fim da pré-campanha, apontando como marco temporal o dia 1º de janeiro do ano eleitoral, encerrando-se no dia em que começar a propaganda. A ideia por trás da sugestão foi concebida para assegurar segurança jurídica, visto que a legislação eleitoral silencia e não define, de forma concreta, o que é e quando se dá a pré-campanha.

3.2 Ajustes nas resoluções para sintonizá-las ainda mais com o marco civil da internet

Em consonância com o art. 22 da Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, Marco Civil da Internet⁶, foi sugerido, também, a inclusão de um artigo que previsse as exigências para o pedido de quebra de sigilo dos registros de acesso encaminhados ao juiz eleitoral. A necessidade dessa previsão vem da preocupação do legislador em manter a privacidade e a intimidade do usuário, não permitindo a violação inespecífica do conteúdo alheio. Para isso, seria necessária a indicação dos indícios do ilícito, a motivação fundada da utilidade do registro, o período a que se referem os registros solicitados e a URL do conteúdo ilícito.

No mesmo sentido da sugestão anterior, a recomendação foi pela inclusão de outro artigo com referência ao disposto no art. 19, § 1º, do Marco Civil da Internet. Dessa vez, no que se trata da remoção de conteúdo, seria essencial expressar a necessidade da URL específica na ordem judicial de remoção e, em sua ausência, a identificação inequívoca nos termos e limites técnicos do provedor de aplicação, de modo a evitar determinações genéricas e imprecisas.

Outro ponto que levantou controvérsias e incertezas nos ciclos eleitorais passados foi a perda do objeto da remoção de conteúdo findas as eleições. Nesse sentido, a sugestão é pela

⁶ Art. 22 do Marco Civil da Internet. A parte interessada poderá, com o propósito de formar conjunto probatório em processo judicial cível ou penal, em caráter incidental ou autônomo, requerer ao juiz que ordene ao responsável pela guarda o fornecimento de registros de conexão ou de registros de acesso a aplicações de internet.

Parágrafo único. Sem prejuízo dos demais requisitos legais, o requerimento deverá conter, sob pena de inadmissibilidade: I - fundados indícios da ocorrência do ilícito;

II - justificativa motivada da utilidade dos registros solicitados para fins de investigação ou instrução probatória; e

III - período ao qual se referem os registros (BRASIL, 2014).

inclusão de artigo que explicita que essas ordens judiciais proferidas pela Justiça Eleitoral deixariam de produzir efeitos e os conteúdos removidos poderiam ser reativados após o encerramento do pleito e, caso não haja segundo turno, após o primeiro turno. Importante ressaltar, porém, que a perda de objeto, nesses casos, se dá apenas em virtude da natureza eleitoral da demanda, ou seja, continua sendo possível que o interessado recorra à Justiça Comum para a remoção.

Foi sugerida a modificação do § 2º do art. 28 da Res.-TSE nº 23.610/2019, com equivalência no art. 57-B da Lei nº 9.504/1997, que trata da veiculação de conteúdo eleitoral por meio de cadastro de usuário com a finalidade de falsear identidade. A indicação é meramente de caráter esclarecedor e busca indicar a pena de multa nos termos da lei, sem maiores problematizações.

3.3 Impulsioneamento de conteúdo

Contemplou-se, ainda, a modificação do *caput* do art. 29 da referida resolução, equivalente ao 57-C da Lei das Eleições, para incluir a previsão dos *links* patrocinados no rol da permissão do impulsioneamento de conteúdo.

Ponto de conflito desde que o impulsioneamento de conteúdo foi permitido em 2018, a possibilidade de ser realizado durante o período de pré-campanha foi debatido incansavelmente, até sua possibilidade ser consolidada pelo TSE no Agravo nº 9-24/SP de Várzea Paulista. De acordo com a Corte, a lógica é de que o que é permitido na campanha deve ser, igualmente, permitido na pré-campanha. Em 2019, o TSE voltou a se manifestar sobre o tema quando o Ministro Barroso, no AI nº 060009124/AP (decisão monocrática de 28/2/2019), esclareceu que os gastos com esse impulsioneamento deveriam ser moderados. Porém, alguns julgados seguiram na direção contrária, proibindo o impulsioneamento de conteúdo na pré-campanha. Na tentativa de apaziguar as discussões acerca do tema, foi sugerida a inclusão de artigo específico que fosse claro sobre a permissão da conduta, destacando a limitação de que os gastos sejam moderados.

3.4 Cadastro eletrônico

No que diz respeito ao art. 31, § 1º, da Res.-TSE nº 23.610/2019 (art. 57-E da Lei nº 9.504/1997), deve ser feita a alteração do dispositivo para expandir a proibição da venda de cadastros eletrônicos e incluir, também, números de telefone e quaisquer outros identificadores que possam facilitar ou possibilitar o envio em massa de conteúdo, considerando a popularidade dos aplicativos de mensageria instantânea nas eleições de 2018.

3.5 Crime de contratação de pessoas para promover ofensas

Na sequência das análises, foi identificado outro ponto em que se julgou necessária alteração. No artigo 57-H da Lei nº 9.504/1997, foi sugerida a alteração do § 1º, que trata do crime de contratação de pessoa para ofender candidatos, partidos ou coligações na internet. Com o objetivo de expandir a previsão do dispositivo, recomendou-se que o texto tratasse da

contratação direta ou indireta de pessoa ou grupos de pessoas, físicas ou jurídicas. O objetivo da alteração é ampliar a responsabilização pela conduta. No mesmo artigo, recomendou-se, também, a retirada do termo “denegrir”, por se tratar de palavra de cunho racista (MÉNDEZ, 2016) amplamente discutido nos eixos transversais.

Complementando o artigo anterior, foi recomendada a inclusão de um parágrafo indicando que a contratação de sistema automatizado que realize a ofensa aos candidatos, partidos e coligações são equiparados à conduta do *caput* para fins das sanções previstas no artigo, prevendo o comportamento artificial na internet que teve relevante impacto nos ciclos eleitorais passados.

3.6 Direito de resposta

Finalmente, a última recomendação foi pela inclusão de artigo que estabeleça que o direito de resposta será exercido, e o rebate do interessado ficará disponível até o fim da campanha. Dada a natureza imprevisível e dinâmica das relações nas redes sociais, não é razoável garantir que a resposta tenha o mesmo alcance da publicação original. Assim, mantê-la até o fim do ciclo eleitoral é garantir que os eleitores terão acesso às informações a qualquer momento.

As sugestões aqui mencionadas contaram com a análise não somente da referida resolução e da Lei das Eleições em si, mas da amplitude do ecossistema eleitoral digital; e foram pensadas de modo a garantir maior transparência e segurança jurídica para o processo democrático, cabendo ao Tribunal Superior Eleitoral a análise da pertinência e acessibilidade das alterações aconselhadas.

4. Conclusão

Em um cenário que não é mais presencial, mas também não é exclusivamente digital, as eleições têm experimentado a transformação promovida pela tecnologia, criando novos espaços e desafios. Porém, passados esses mais de dez anos de experiência acumulada, talvez seja a hora de encontrar o ponto de virada em que as eleições impactam o ecossistema digital.

A mistura entre o espaço público e o privado, entre o escasso e o infinito, encontra, na internet, campo fértil para desafiar antigos paradigmas, em especial diante da moderação e disseminação de conteúdo.

Essa relação tão próxima entre eleições e tecnologia tem levado para o Judiciário, em especial a Justiça Eleitoral, para o Legislativo e para o Executivo a tentativa de normatizar ecossistema digital, equiparando as ferramentas analógicas às digitais, como se fosse possível partir da mesma premissa de controle aplicada aos canais de televisão ou rádio, por exemplo. O YouTube não é uma TV, como o Spotify não é um rádio ou o Twitter não é um bar. Os desafios são diferentes e o paradigma de atuação também tende a ser, mas será que realmente estamos disponíveis para atualizar nossas definições a respeito?

Referências

BATISTA, Vera. Número de usuários de redes sociais cresce quase 40% em 2020 e supera projeção. **Correio Braziliense**, Brasília, DF, 1º out. 2020. Blog do Servidor. Disponível em: <https://blogs.correiobraziliense.com.br/servidor/numero-de-usuarios-de-redes-sociais-cresce-quase-40-em-2020-e-supera-projecao/>. Acesso em: 20 ago. 2021.

BRASIL. Decreto nº 21.076, de 24 de fevereiro de 1932. Decreta o Código Eleitoral. **Diário Oficial da União**: seção 1, Rio de Janeiro, p. 3385, 26 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: 13 out. 2021.

BRASIL. Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997. Estabelece normas para as eleições. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 1º out. 1997. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19504.htm. Acesso em: 13 out. 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. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 24 abr. 2014. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 13 out. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Gastos com impulsionamento de conteúdo alcançam R\$ 2 milhões**. Brasília, DF: Tribunal Superior Eleitoral, 4 set. 2018. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Setembro/gastos-com-impulsionamento-de-conteudo-alcancam-r-2-milhoes>. Acesso em: 27 ago. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Presidente do TSE destaca os 30 anos do cadastramento nacional de eleitores**. Brasília, DF: Tribunal Superior Eleitoral, 7 abr. 2016. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2016/Abril/presidente-do-tse-destaca-os-30-anos-do-cadastramento-nacional-de-eleitores>. Acesso em: 20 ago. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Resolução nº 23.551, de 18 de dezembro de 2017. Dispõe sobre propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito e condutas ilícitas em campanha eleitoral nas eleições. **Diário da Justiça Eletrônico do Tribunal Superior Eleitoral**, Brasília, DF, n. 26, p. 248-273, 5 fev. 2018a. Republicado no DJE-TSE, nº 94, de 14.5.2018, p. 98-124. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2017/resolucao-no-23-551-de-18-de-dezembro-de-2017>. Acesso em: 13 out. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Resolução nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019. Dispõe sobre propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito e condutas ilícitas em campanha eleitoral. **Diário da Justiça Eletrônico do Tribunal Superior Eleitoral**,

Brasília, DF, n. 249, p. 156-184, 27 dez. 2019. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-de-dezembro-de-2019>. Acesso em: 13 out. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Urna eletrônica 25 anos**: segurança do voto evoluiu no compasso da tecnologia. Brasília, DF: Tribunal Superior Eleitoral, 21 maio 2021. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2021/Maio/urna-eletronica-25-anos-seguranca-do-equipamento-evoluiu-no-compasso-da-tecnologia>. Acesso em: 20 ago. 2021.

FARIAS, Luiz Alberto de; CARDOSO, Ivelise; OLIVEIRA, Paulo Roberto Nassar de. Comunicação, opinião pública e os impactos da revolução digital na era da pós-verdade e fake news. **Organicom**, São Paulo, ano 17, n. 34, p. 71-81, set./dez. 2020. Disponível em: <https://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/8391>. Acesso em: 13 out. 2021.

JUSTIÇA Eleitoral proíbe disparo em massa nas eleições de 2020. *In*: ORDEM DOS ADVOGADOS DO BRASIL. Seção do Espírito Santo. **Notícias**. Eleições 2020. Vitória: OAB-ES, 9 nov. 2020. Disponível em: <https://www.oabes.org.br/noticias/justica-eleitoral-proibe-disparo-em-massa-nas-eleicoes-de-2020-561233.html>. Acesso em: 20 ago. 2021.

LEÓN, Lucas Pordeus. Brasil tem 152 milhões de pessoas com acesso à internet. **Agência Brasil**, [Brasília, DF], 23 ago. 2021. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2021-08/brasil-tem-152-milhoes-de-pessoas-com-acesso-internet>. Acesso em: 20 ago. 2021.

MÉNDEZ, Chrystal. 18 expressões racistas que você usa sem saber. *In*: PORTAL Geledés. **Questão racial**: casos de racismo. São Paulo, 19 nov. 2016. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/18-expressoes-racistas-que-voce-usa-sem-saber/>. Acesso em: 2 set. 2021.

MÍDIAS sociais: número de usuários de redes sociais pelo mundo. *In*: CUPONATION. **Insights**. São Paulo, [2020?]. Disponível em: <https://www.cuponation.com.br/insights/redes-sociais-2020>. Acesso em: 20 ago. 2021.

RAIS, Diogo *et al.* **Direito eleitoral digital**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2018.

RAIS, Diogo. "A melhor tradução para fake news não é notícia falsa, é notícia fraudulenta". [Entrevista concedida a] Pedro Canário. **Conjur**, São Paulo, 12 ago. 2018. Fronteiras do direito. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2018-ago-12/entrevista-diogo-rais-professor-direito-eleitoral>. Acesso em: 27 ago. 2021.

RAIS, Diogo. O risco do PL das "fake news" virar o PL do "vazamento de dados". **Valor Econômico**, São Paulo, 2 jul. 2020. Política.

VALENTE, Jonas. Brasil tem 134 milhões de usuários de internet, aponta pesquisa. **Agência Brasil**, [Brasília, DF], 26 maio 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/>

noticia/2020-05/brasil-tem-134-milhoes-de-usuarios-de-internet-aponta-pesquisa. Acesso em: 20 ago. 2021.

VASCONCELLOS, Fábio. Candidatos gastam mais de R\$ 2,8 bilhões na campanha eleitoral de 2020. *In*: G1. **Eleições 2020**. [São Paulo], 18 dez. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2020/eleicao-em-numeros/noticia/2020/12/18/candidatos-gastam-mais-de-r-28-bilhoes-na-campanha-eleitoral-de-2020.ghtml>. Acesso em: 27 ago. 2021.