

Data de aprovação: ____/____/____

A ATUAÇÃO DO DIREITO ELEITORAL FRENTE AOS AVANÇOS DAS MÍDIAS SOCIAIS COMO MEIO DE CAMPANHA ELEITORAL

Marcos Daniel dos Santos Carvalho¹

Petrúcia da Costa Paiva Souto²

RESUMO

O presente estudo visa analisar a atuação do Direito Eleitoral frente aos avanços das mídias sociais utilizadas como meio de campanha eleitoral. Para isso, deve-se entender que, em nossa sociedade moderna, o uso dessas mídias estão - cada vez mais - constantes, ocupando o segundo lugar entre os meios de comunicação mais acessados pelos brasileiros para obter informações, estando atrás apenas das televisões. Com o desenvolvimento dos smartphones, usa-se mais as redes sociais e torna-se mais prático o acesso às informações via internet. Assim, as mídias sociais surgem como novo modelo de campanha eleitoral, chegando cada vez mais fácil e rápido aos brasileiros. Com isso, faz-se necessário que o Direito Eleitoral regulamente e fiscalize esse uso, tendo em vista a sua constante evolução, buscando uma excelência da legitimação e democratização, conferida aos que detêm o direito de votar e ser votado, sendo essa atuação o objeto de estudo desta pesquisa. Ademais, este artigo analisará, também, os modelos de atuação de países estrangeiros, frente ao caso tratado aqui, fazendo comparação com o modelo de atuação brasileiro. Esta pesquisa é qualitativa, tendo como método de abordagem o dedutivo, porque busca-se entender o contexto geral das campanhas eleitorais através das mídias sociais, para entender como o Direito Eleitoral atua frente aos casos mencionados, além de ter como método de procedimento o estatístico e o comparativo, por usar dados para se entender o contexto da problemática e por analisar a atuação dos países estrangeiros em relação ao caso abordado, respectivamente.

1 Acadêmico do 4º ano do Curso de Direito do Centro Universitário do Rio Grande do Norte - UNI-RN

2 Docente do curso de Direito do Centro Universitário do Rio Grande do Norte – UNI-RN. E-mail: petruciacoosta@unirn.edu.br

Palavras-chave: Direito Eleitoral. Mídias Sociais. Campanha Eleitoral. Fiscalização.

THE ROLE OF ELECTORAL LAW IN THE FACE OF THE ADVANCES OF SOCIAL MEDIA AS A MEANS OF ELECTORAL CAMPAIGN

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of the Electoral Law in face of social media advances as a means of electoral campaign. For that, it must be understood that in our modern society the use of social media is increasing and occupying the second place among the media most accessed by Brazilians to obtain information, being only behind the television. With the development of smartphones, the social media are increasingly being used and the access to information via internet becomes more practical. Thus, the uses of social media emerge as a new model of electoral campaign, reaching Brazilians faster and easier. As a result, it is necessary for the Electoral Law to regulate and supervise the use of this means of electoral campaign, in view of its constant evolution, seeking an excellence in the legitimization and democratization granted to those who have the right to vote and be voted, being this performance the object of study of this research. In addition, this article will also analyze the models of action of foreign countries in relation to the case treated here, making a comparison with the Brazilian model of action. This research is qualitative, using the deductive approach as a method, because it seeks to understand the general context of electoral campaigns through social media, in order to understand how Electoral Law acts in face of cases, besides having as procedure method the statistic and the comparative one, because it uses data to understand the context of the problem and to analyze the performance of foreign countries in relation to the case addressed, respectively.

Keywords: Electoral Law. Social Media. Electoral Campaign. Fiscalization.

1. INTRODUÇÃO

Antes de adentrar, especificamente, no tema, faz-se necessário entender o motivo de acontecer as campanhas eleitorais.

Com a construção da Carta Magna brasileira, os três poderes (Executivo, Legislativo e Judiciário) foram instituídos como cláusula pétrea, não podendo ser retirados da presente Constituição, assim, assegurando a democracia.

O Direito Eleitoral é um ramo autônomo do direito público que visa à disciplina e normatização do direito ao sufrágio, estudando ainda as relações alusivas aos partidos políticos e, em especial, à preparação, regulamentação, organização e apuração das eleições.

Pautado nos princípios da soberania popular, cidadania, igualdade, da dignidade da pessoa humana e do pluralismo político - presentes na Constituição Federal de 1988 - o Direito Eleitoral também tem o importante papel de garantir o exercício deles.

Diante da conceituação do Direito Eleitoral, pode-se observar que ele é o responsável pela manutenção da democracia e, segundo o doutrinador Sávio Chalita, isso acontece pelos mecanismos que proporcionam o exercício e tutela dos direitos políticos, como expõe em sua obra:

Assim, fundamental observar a relação intrínseca que este ramo possui com a manutenção da democracia (chamada por alguns autores como “antecedente lógico do Direito Eleitoral”), justamente pelos mecanismos que proporciona de exercício e tutela dos direitos políticos, de modo amplo. (CHALITA, 2014, p. 24)

Portanto, é importante entender que muito além do papel de votar e ser votado, o Direito Eleitoral tem o grande objetivo de auxiliar no desenvolvimento da sociedade. É necessário frisar que, como disposto na Constituição Federal Brasileira de 1988, o poder emana do povo e o referido poder é exercido através do voto. Dessa maneira, a sociedade elege determinadas pessoas, a cada quatro anos - à nível municipal, estadual e federal - para que elas possam trabalhar para o avanço social, suprimindo as necessidades da coletividade e defendendo os seus direitos.

Com isso, o doutrinador José Jairo Gomes enfatiza que entre os bens jurídicos, resguardados pela disciplina do Direito Eleitoral, destacam-se: a democracia, a legitimidade do acesso e do exercício do poder estatal, a representatividade do eleito, a sinceridade das eleições, a normalidade do pleito e a igualdade de oportunidades entre os concorrentes (GOMES, 2020, p.77).

À vista do relatado anteriormente, o Direito Eleitoral também tem o fundamental papel de proporcionar à sociedade a realização da fiscalização e controle dos eleitos

por ela, cabendo a eles decidirem se reelegerão o candidato, em uma próxima eleição, assim, também pressionando, indiretamente, para que o eleito exerça a representatividade da melhor forma possível.

Seguindo essa linha de raciocínio, cabe a quem disputa um cargo público eletivo entender que o que deve ser colocado, em prática, na campanha são planos de governos, embates de ideias e projetos os quais atendam aos problemas da sociedade, devendo o povo não permitir que se tenha uma ficta batalha entre “bem e o mal” ou “certo e errado”, mas uma disputa de quem tem as melhores intenções e faz mais para o avanço social, devendo todos sempre contribuir nesse mesmo sentido, independente de resultado.

Dessa forma, desde que foi instituída a democracia no Brasil, o Direito Eleitoral vive – arduamente - lutando para manter o direito de votar e ser votado em ordem, devido às diversas inovações que surgem na nossa sociedade, junto ao sentimento de querer estar no poder a qualquer custo, por parte das pessoas que concorrem à algum cargo público eletivo. De um lado, observa-se o candidato querendo subir ao poder e, no lado oposto, o povo defendendo as suas ideologias e interesses, buscando realizar a melhor escolha através do seu voto.

Assim, com a tecnologia avançando, progressivamente, no mundo, facilitando a comunicação coletiva e trazendo mais conforto, surge uma nova modalidade de fazer campanha para cargo público eletivo, que é através das mídias sociais.

As mídias sociais surgem em um contexto de facilitação do contato entre os povos, fazendo com que eles socializem. Aproveitando esse uso e sabendo que as pessoas crescentemente estão dentro delas, os candidatos têm aproveitado para se reinventar e continuar na busca para atingir o maior número de pessoas possível, com uma máxima efetividade, imergindo no campo digital.

O problema disso está no uso desenfreado do referido meio para veiculação de materiais de campanha, de forma que pode acabar, gerando uma discrepância no favorecimento de determinados candidatos.

Com isso, o Direito Eleitoral necessita evoluir e acompanhar os constantes avanços sociais, para que não seja infringido o direito conferido a todos os candidatos a cargos públicos, bem como aos eleitores, resguardando os princípios da democracia, paridade de armas e isonomia.

Tendo conhecimento do abordado anteriormente, mister se faz assimilar o que é cidadania e democracia, além de como acontece o seu exercício.

2. O EXERCÍCIO DA CIDADANIA E DA DEMOCRACIA

A cidadania é um conjunto de direitos e deveres pertencentes a um indivíduo, sendo ela inata a todos que compõem uma sociedade e preenchem os requisitos constitucionalmente estabelecidos.

O cidadão brasileiro é uma pessoa física, nacional (nata ou naturalizada), no pleno exercício dos direitos políticos. José Jairo Gomes afirma que os direitos políticos são prerrogativas e os deveres inerentes à cidadania, sendo através deles que a sociedade participa e intervêm no governo estatal (GOMES, 2020, p.45).

É importante frisar que para configurar como cidadão brasileiro e exercer os direitos e deveres, pertencentes a todos que assim são caracterizados, é necessário enquadrar-se nos requisitos constitucionalmente estabelecidos. A pessoa será considerada como cidadã brasileira: caso o seu nascimento aconteça no território brasileiro, se tiver pai ou mãe brasileiro(a), se casar-se com um cidadão ou cidadã brasileiro(a) ou se passar pelo processo de naturalização.

Pode-se dizer que são fontes asseguradoras da cidadania a Declaração Universal dos Direitos Humanos, a Constituição Federal Brasileira de 1988, além das diversas leis em vigência, que regem os direitos e deveres dos cidadãos.

Já a democracia, é uma forma de exercício da cidadania. É através da democracia que os indivíduos colocam em prática a soberania popular, tendo o referido direito resguardado pelo artigo 1º da carta magna brasileira, *in verbis*:

Art. 1º A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, constitui-se em Estado democrático de direito e tem como fundamentos:

- I - a soberania
- II - a cidadania;
- III - a dignidade da pessoa humana;
- IV - os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa;
- V - o pluralismo político.

Parágrafo único. Todo o poder emana do povo, que o exerce por meio de representantes eleitos ou diretamente, nos termos desta Constituição.

Assim, pode-se afirmar que a democracia atende à vontade da maioria e resguarda os direitos da minoria, tendo como foco um estado livre e justo. Nesse sentido, insta destacar a fala do ex-presidente dos Estados Unidos da América, Abraham Lincoln, em 1863, quando se referiu à democracia como sendo “o governo do povo, pelo povo e para o povo”.

A democracia é crucial para a existência do Direito Eleitoral e pode ser dividida em direta, indireta e semidireta ou participativa. A democracia direta está presente quando o povo participa - ativamente e diretamente - das decisões estatais, sem o intermédio ou interferência de qualquer pessoa.

Já a democracia indireta ocorre quando o povo elege pessoas para lhe representar, tomando atitudes para o bem da coletividade, defendendo os seus interesses e direitos. Por fim, a democracia semidireta ocorre quando o povo elege representantes, mas ainda há meios que permitem a sua interferência direta, que é o caso da participação através de plebiscitos, referendos e iniciativa popular de projeto de lei.

Nessa perspectiva, cabe entender as formas de participação na democracia semidireta. A participação do povo no plebiscito dar-se-á, quando se quer saber a vontade do povo em relação a determinado ato legislativo ou administrativo, antes da ocorrência dele, podendo os cidadãos aprovarem ou rejeitarem. O referendo acontece quando se quer saber a vontade do povo em relação a determinado ato legislativo ou administrativo já realizado, ou seja, quando o projeto de lei já foi aprovado, mas só entrará em vigência mediante aprovação popular. Já a iniciativa popular de projeto de lei, dar-se-á quando os cidadãos se juntam e entregam um projeto de lei ordinária ou complementar à Câmara dos Deputados para debate e possível aprovação.

Isso posto, observa-se que o poder emana do povo de diferentes maneiras, sendo elementar também entender de forma mais profunda o sufrágio universal.

2.1.O SUFRÁGIO UNIVERSAL

Antigamente, o sufrágio era tido como restrito, de forma que limitava o direito de participação do povo a determinados grupos. Porém, com o passar do tempo e com a luta contínua da sociedade em busca dos seus direitos, o sufrágio restrito entrou em desuso, e, atualmente, na Constituição Federal Brasileira prevalece o sufrágio universal, seguindo a ideia de que a cidadania deve ser exercida por todos, sem qualquer tipo de preferência ou restrição de grupo social (seja econômico, de raça ou gênero), consubstanciando um Estado democrático de direito.

A única restrição que observamos - no sufrágio universal - é em relação às circunstâncias naturais que geram alguma incapacidade, seja pela dificuldade de discernimento do indivíduo em razão da idade ou analfabetismo, ou por ele ser estrangeiro.

Assim sendo, o Direito Eleitoral visa garantir a disciplina e normatização do direito ao sufrágio, bem como o processo eleitoral de modo geral. Portanto, entende-se o sufrágio universal como sendo o direito à realização da cidadania, conforme disposto na Constituição Federal Brasileira em seu artigo 14:

Art. 14. A soberania popular será exercida pelo sufrágio universal e pelo voto direto e secreto, com valor igual para todos, e, nos termos da lei, mediante:

- I - plebiscito;
- II - referendo;
- III - iniciativa popular.

Diante disso, é basilar entender que o sufrágio universal é composto pela capacidade ativa e passiva. A capacidade ativa do sufrágio universal é conferida a todos os indivíduos, legalmente capacitados, para que eles possam votar, ou seja, eleger outrem. Já a capacidade passiva é conferida aos indivíduos, igualmente classificados anteriormente, para que eles possam ter condições de elegibilidade, ou seja, de serem votados.

Com isso, é mister explicar a diferença entre sufrágio, voto e escrutínio. O sufrágio é o direito de participar do governo estatal de forma direta ou indiretamente, ou seja, sendo eleito para representar o povo ou elegendo outrem para ser representado. O voto é o meio que se exerce o sufrágio, ou seja, é o exercício do poder de escolha do representante da sociedade, que irá governar durante um período legalmente estabelecido. Já o escrutínio é forma que se pratica o voto, sendo ele secreto, através das urnas eletrônicas.

Entendido isso, entraremos - especificamente - no tema em questão nesse artigo, ao passo que abordaremos em seguida os meios que o povo realiza as suas campanhas para os cargos públicos eletivos e como o Direito Eleitoral atua para balizar essas campanhas, garantindo a democracia, justiça e igualdade a todos.

3. OS MEIOS DE CAMPANHA ELEITORAL

Existindo o direito de uma pessoa ser eleita para um cargo na administração pública, conseqüentemente, ela também tem o direito de promover a sua imagem para a sociedade, expondo as suas propostas de trabalho e representatividade social.

José Jairo Gomes define a campanha eleitoral como sendo um complexo de atos e técnicas empregados pelos candidatos e agremiações políticas com vistas a

influenciar os eleitores para obter-lhes o voto e lograr êxito na disputa de cargo público-eletivo (GOMES, 2020, p.623).

Dessa forma, é através da campanha eleitoral que o candidato difundirá ideias, apresentará o seu plano de governo e projetos de lei, fazendo a sua propaganda, e, buscando apoio da sociedade, sempre atendendo às diretrizes ético-jurídicas impostas pelo sistema jurídico.

Reforçando a importância da campanha eleitoral, o ilustre jurista José Jairo Gomes menciona que dificilmente o candidato político conseguirá alcançar os seus objetivos se não houver foco na sua divulgação pessoal:

A propaganda é instrumento indispensável, de importância primordial, em qualquer campanha eleitoral. Sem ela, é praticamente impossível alcançar a vitória no certame eleitoral. É pela propaganda que o político torna pública sua candidatura, levando ao conhecimento do eleitorado os projetos que defende (e os que repudia), bem como as ações que pretende implementar; com isso, sua imagem, suas ideias, projetos e propostas adquirem grande visibilidade perante o eleitorado. (GOMES, 2018, p.438)

Assim, é necessário – gradualmente - mobilizar pessoas para espalhar as ideias do candidato ao cargo público eletivo, e, é em razão disso que se buscam meios práticos, efetivos e com menor custo para auxiliar nessa propagação, tendo um grande crescimento do uso das mídias sociais, com essa função e objetivo. Insta evidenciar que o contato “corpo a corpo” com o povo é diferenciado, passando o carisma da melhor forma possível e, principalmente, para entender melhor as dificuldades de cada localidade. Porém, é inegável que a internet chegou para dar um grande auxílio aos candidatos, principalmente, quando se tem um período de dificuldades de contato direto com o povo, como é o caso do período de pandemia mundial vivido no ano de 2020, mas os candidatos jamais deverão deixar de estar no “corpo a corpo” com o povo. Afinal, para solucionar problemas, melhor do que saber da situação é vê-la e, dessa maneira, terá um melhor entendimento e, conseqüentemente, uma melhor resolução.

É elementar explanar que apenas é permitido a realização de campanha eleitoral pelo candidato, oficialmente, a partir do dia 16 de agosto do presente ano eleitoral. Até a referida data, poderá ser realizada apenas a veiculação da pré-candidatura do indivíduo, ainda não sendo possível realizar de fato a campanha, pedindo voto explicitamente, expondo ideias, projetos e enaltecendo as qualidades

personais do pré-candidato. Caso ocorra o citado anteriormente, o ato poderá ser configurado como campanha antecipada e o candidato ser punido.

Ainda, se pode mencionar como proibição de campanha, a exposição de materiais dos candidatos nos bens, cujo uso dependa de cessão ou permissão do poder público para o usufruto, ou que a ele pertençam, e nos bens de uso comum, inclusive, postes de iluminação pública, sinalização de tráfego, viadutos, passarelas, pontes, paradas de ônibus e outros equipamentos urbanos. De acordo com a Lei Eleitoral, para fins eleitorais, são considerados bens públicos de uso comum social os que o Código Civil assim definir, e, os que a população tem acesso, como: cinema, estádio, ginásio, clubes, lojas, templos, centros comerciais, mesmo sendo de propriedade privada, de forma que o que se tem em vista para essa proibição, como citado anteriormente, é o uso comum pela sociedade.³

Com isso, o candidato deve sempre atentar aos seus direitos e deveres, realizando uma campanha limpa e justa, conquistando o povo não só pelo seu carisma, mas pelo bem que ele deseja realizar e pelas lutas que ele deseja travar perante a sociedade, sempre visando ao desenvolvimento e à garantia dos direitos dela.

3.1.O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS PARA FINS DE CAMPANHA ELEITORAL

Com a constante expansão da internet e com o grande alcance aos brasileiros, surgem as mídias sociais como meio de campanha eleitoral dos candidatos à cargos públicos eletivos, no Brasil.

Em pesquisa realizada pela *GlobalWebIndex* (Revista *Época Negócios*, 2019) concluiu-se que o Brasil é o segundo país do mundo em que os habitantes passam mais tempo *online* nas redes sociais, dedicando cerca de 225 minutos diários a elas.

Assim, usando as mídias sociais como meio de campanha eleitoral, fica mais fácil atingir o povo. Um acontecimento relevante, que nos faz atentar para o tema discutido, foi a campanha do atual presidente brasileiro - Jair Messias Bolsonaro, que ficou impossibilitado de fazer a chamada campanha “corpo a corpo”, por ter sofrido

³ **Art. 37.** Nos bens cujo uso dependa de cessão ou permissão do poder público, ou que a ele pertençam, e nos bens de uso comum, inclusive postes de iluminação pública, sinalização de tráfego, viadutos, passarelas, pontes, paradas de ônibus e outros equipamentos urbanos, é vedada a veiculação de propaganda de qualquer natureza, inclusive pichação, inscrição a tinta e exposição de placas, estandartes, faixas, cavaletes, bonecos e assemelhados.

um atentado à sua vida, e precisou apelar para as redes sociais, conseguindo lograr êxito ao cargo de presidente do Brasil.

Outro fator importante que enaltece o dever de efetividade da atuação do Direito Eleitoral, enquanto balizador das campanhas eleitorais na internet, é que segundo a pesquisa da revista Datafolha para as eleições presidenciais de 2018 (PORTAL G1, 2018), a maior parte dos eleitores do atual presidente brasileiro afirmaram que se informam, majoritariamente, pelas redes sociais e compartilham notícias políticas nelas.

Nessa perspectiva, é importante ressaltar que o crescimento das mídias sociais - como meio de campanha eleitoral - já acontece em outros países há pelo menos 11 anos, quando em 2008 Barack Obama usou essa ferramenta para alavancar a sua campanha para a presidência dos EUA (Estados Unidos da América), como mostra a autora Maria Augusta Ferreira da Silva Castanho:

O *site* de Obama, ademais, possuía *links* para várias outras mídias sociais, tanto as mais conhecidas, como *Facebook*, *YouTube* ou *MySpace*, até aquelas que são formadas por segmentos da sociedade americana, como a *MiGente*, dos hispânicos, *AsianAve*, dos asiáticos, ou *Glee* (Gay, Lesbian and Everyone Else), dos homossexuais.

A estratégia era simples: usar intensamente as mídias sociais para aproximar Obama de seus eleitores. O projeto foi elaborado com base na peculiaridade de cada mídia social, aproveitando os instrumentos disponíveis em cada uma delas, e teve fácil aceitação, exatamente porque já eram usadas pelos eleitores em geral com acesso ao *Facebook*, *LinkedIn*, *MySpace* etc. Bastava somente um clique para descobrir o candidato à Presidência e interagir com ele, convidando, aliás, amigos, colegas de trabalho, vizinhos e familiares para participarem dessa congregação. (CASTANHO, 2014, p. 289)

A internet chegou para facilitar a comunicação de todos e, assim, observou-se que ela poderia ser um meio de aproximar os candidatos políticos dos eleitores de forma mais simples, rápida, menos onerosa e que ainda se conseguia atingir um maior público, comparando com as campanhas “corpo a corpo”.

É pertinente enfatizar que fazer campanha é caro, e, requer um grande esforço do candidato e da sua equipe. Para espalhar a imagem do candidato e ideias propostas por ele, é necessário um vasto material, para tentar atingir o maior número de pessoas possível. Com a internet e com a produção de um material base, se tem um menor custo e maior efetividade, na difusão que pretende realizar.

Porém, surge um grande problema, que é a possibilidade de abuso de poder, através do impulsionamento dos referidos materiais, em razão de quem tem melhores

condições financeiras conseguir pagar mais, para as plataformas das mídias sociais realizarem uma maior expansão do material de campanha, devendo o Direito Eleitoral trabalhar - incansavelmente - para assegurar a paridade de armas, ou seja, a igualdade de oportunidades entre os candidatos.

Diante do abordado anteriormente, se tem a necessidade de que o ramo do direito público responsável por controlar o sufrágio universal adeque-se aos novos modelos de campanha eleitoral, fazendo com que o direito de votar e ser votado seja exercido com excelência.

4. A ATUAÇÃO DO DIREITO ELEITORAL REGENDO AS CAMPANHAS ELEITORAIS NA INTERNET

Nesse sentido, a Resolução nº 23.610/2019 do Tribunal Superior Eleitoral brasileiro atualiza e dispõe como devem ocorrer as propagandas eleitorais.

De modo geral, as propagandas eleitorais podem acontecer, a partir do dia 16 de agosto do presente ano de eleição. A partir da referida data, dentro dos limites legais, os candidatos podem realizar a adesivação de carros, distribuir “santinhos”, panfletos, bótons e, entre a realização de demais meios de divulgação, também é permitido o uso das redes sociais para propagar a imagem do candidato.

Com a existência do novo meio de campanha eleitoral, as mídias sociais podem ser usadas pelo candidato para promover o seu nome antes mesmo do período citado anteriormente, desde que não tenha o pedido explícito de voto, como disposto no artigo 3º da Resolução nº 23.610/2019 do TSE:

Art. 3º: Não configuram propaganda eleitoral antecipada, desde que não envolvam pedido explícito de voto, a menção à pretensa candidatura, a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos e os seguintes atos, que poderão ter cobertura dos meios de comunicação social, inclusive via internet (Lei nº 9.504/1 997, art. 36-A, caput, 1 a VII e §).

Ainda insta salientar que a referida Resolução, à luz da Lei Eleitoral (Lei nº 9.504/1997) estabelece até onde pode ir a divulgação dos candidatos na internet, no período pré-eleitoral, *in verbis*:

Art. 3º: I - a participação de filiados a partidos políticos ou de pré-candidatos em entrevistas, programas, encontros ou debates na rádio, na televisão e na internet, inclusive com a exposição de plataformas e projetos políticos, observado pelas emissoras de rádio e de televisão o dever de conferir tratamento isonômico;

IV - a divulgação de atos de parlamentares e de debates legislativos, desde que não se faça pedido de votos;

V - a divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas, inclusive em redes sociais, blogs, sítios eletrônicos pessoais e aplicativos (apps);

VI - a realização, a expensas de partido político, de reuniões de iniciativa da sociedade civil, de veículo ou meio de comunicação ou do próprio partido político, em qualquer localidade, para divulgar ideias, objetivos e propostas partidárias;

Diante da decisão proferida pelo Supremo Tribunal Federal, no julgamento da Ação Direta de Inconstitucionalidade de número 4650, proibindo a doação financeira de pessoas jurídicas, para candidatos a cargos públicos eletivos realizarem as suas campanhas, cada vez mais, tem ocorrido o uso das plataformas *online* com tal finalidade.

Com essa restrição, a Justiça Eleitoral tem buscado ampliar as possibilidades de veiculação *online* de material de campanha, como dispõe sobre a possibilidade de impulsionamento de materiais nas mídias sociais e demais plataformas, se forem publicados, oficialmente, como propaganda eleitoral. Nessa perspectiva dispõe o artigo 57 – A, B e C, da Lei Eleitoral Brasileira:

Art. 57-A. É permitida a propaganda eleitoral na Internet, nos termos desta lei, após o dia 15 de agosto do ano da eleição.

Art. 57-B. A propaganda eleitoral na Internet poderá ser realizada nas seguintes formas:

I - em sítio do candidato, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de Internet estabelecido no país;

II - em sítio do partido ou da coligação, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de Internet estabelecido no país; III - por meio de mensagem eletrônica para endereços cadastrados gratuitamente pelo candidato, partido ou coligação;

IV - por meio de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e aplicações de Internet assemelhadas cujo conteúdo seja gerado ou editado por:

a) candidatos, partidos ou coligações; ou

b) qualquer pessoa natural, desde que não contrate impulsionamento de conteúdos.

Art. 57-C. 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, coligações e candidatos e seus representantes.

Aparentemente, observa-se uma contradição entre os dispositivos da Lei Eleitoral, mas é necessário atentar ao que se fala no final do artigo 57 – C, o qual deixa claro que se houver o impulsionamento, deve ser deixado claro, e, em ênfase,

que tal conteúdo é uma propaganda eleitoral oficial de determinado candidato, ou seja, patrocinada por ele, não sendo permitido a terceirização desse impulsionamento.

Dessarte, caso haja o descumprimento do disposto no artigo anteriormente citado, será aplicada uma multa ao candidato, podendo ela variar entre o valor de R\$5.000,00 (cinco mil reais) e R\$30.000,00 (trinta mil reais).

Na mesma medida da ampliação das possibilidades de veiculação *online* de material de campanha, tem ocorrido uma maior fiscalização em relação aos controles de gastos nas campanhas feitas pela internet, proibição de uso de “*fakes*” e robôs, bem como promovendo a remoção de conteúdos inadequados de campanhas, dando direito de resposta pública aos candidatos - injustamente atingidos - por conteúdos de campanha, gerados pelos demais candidatos concorrentes.

É mister ressaltar que os gastos com a veiculação de materiais de campanha na internet deverão ser declarados e, assim, entrarão no limite de gastos legalmente estabelecidos.

Dessa forma, observa-se que o Direito Eleitoral está atento ao surgimento de novas modalidades de campanha eleitoral, devendo sempre estar preenchendo as lacunas existentes, visando assegurar a plenitude do exercício do direito ao sufrágio universal.

4.1. O USO DO PODER DE POLÍCIA PELO DIREITO ELEITORAL

O poder de polícia é conferido ao Estado com o objetivo de regradar a sociedade, impedindo que o interesse coletivo e/ou estatal seja lesado, através de ação fiscalizadora, preventiva e/ou repressiva, como dispõe o artigo 78 do Código Tributário brasileiro, *in verbis*:

Art. 78. Considera-se poder de polícia atividade da administração pública que, limitando ou disciplinando direito, interesse ou liberdade, regula a prática de ato ou abstenção de fato, em razão de interesse público concernente à segurança, à higiene, à ordem, aos costumes, à disciplina da produção e do mercado, ao exercício de atividades econômicas dependentes de concessão ou autorização do Poder Público, à tranquilidade pública ou ao respeito à propriedade e aos direitos individuais ou coletivos.

No tocante às eleições, o poder de polícia é uma atribuição do órgão jurisdicional responsável pelo processo eleitoral. A Justiça Eleitoral é um órgão especializado do Poder Judiciário, responsável por regular todo o processo eleitoral,

tendo função jurisdicional, consultiva e administrativa, e sendo composta pelo Tribunal Superior Eleitoral, tribunais regionais eleitorais, juízes eleitorais e juntas eleitorais.

Na sua função jurisdicional, a Justiça Eleitoral tem como responsabilidade a resolução de conflitos que ele seja provocado a solucionar, tendo como exemplo o caso de uma impugnação de registro de candidatura e de mandato eletivo, investigação judicial eleitoral e representação por propaganda eleitoral irregular.

Já na função consultiva, a sua responsabilidade é voltada para o esclarecimento de dúvidas voltadas a temas eleitorais, realizado através das consultas feitas por autoridades públicas ou partidos políticos, sendo mister ressaltar que a elucidação das dúvidas não gera efeito vinculante em relação ao tema tratado.

Já a função administrativa da Justiça Eleitoral é colocada - em prática - ao organizar e administrar todo o processo eleitoral, podendo citar como exemplo de tal função o alistamento, transferência de domicílio eleitoral, a preparação das urnas eletrônicas para votação, apuração dos votos, a organização dos mesários, entre outros.

Diante da função administrativa da Justiça Eleitoral, observa-se uma contraposição à regra geral para ação do juiz, que é referente à provocação necessária, atendendo ao princípio da inércia. Isso decorre do poder de polícia conferido ao referido órgão do Poder Judiciário, devendo ele sempre agir preservando os direitos da coletividade, sendo permitida a sua ação ser *ex officio*, no caso das decisões administrativas, tendo caráter coercitivo.

Com relação à controvérsia relatada anteriormente, o jurista Wagner Leandro Rabello Junior afirma que tal peculiaridade - da jurisdição especial eleitoral - leva o juiz a, enquanto atuante no poder de polícia, intervir pela cessação das irregularidades observadas por ele em apurações e denúncias recebidas pelos servidores aos quais atuam nesse processo, ou informações trazidas por qualquer popular conforme previsão da legislação eleitoral, conforme prevê o art. 41 da Lei N. 9.504/1997 (Lei das Eleições), que se referem a tal atuação e seus limites (RABELO JÚNIOR, 2018).

Ainda, é importante enfatizar que uma decisão administrativa pode gerar outras representações e ações, podendo o mesmo juiz que reconheceu a infração na decisão administrativa julgar a lide, em razão de muitas zonas só terem um juiz exercendo as diversas funções da Justiça Eleitoral.

Diante dessa situação, há discussão dentro do direito se o referido fato é inconstitucional, uma vez que fere o princípio da inércia da jurisdição, e, há quem

alegue que fere o princípio da imparcialidade. À despeito disso, o jurista Hyldon Masters Cavalcante Costa afirma que mesmo atuando como juiz eleitoral e no exercício do poder de polícia, tais ações - em diferentes momentos - não são suficientes para constituir causas que comprometam sua imparcialidade, sendo que ambas são delegações obrigatórias das quais não cabe ao magistrado a opção de se esquivar, sendo seu poder-dever constituído, assim, não é possível que o cumprimento do primeiro dever ao ser exercido comprometerá a imparcialidade, quanto do segundo dever jurisdicional, e sequer um poderá impedir o do outro.⁴

Dessarte, o juiz deve ter cuidado ao analisar uma infração, agindo somente com base em evidências de irregularidade para o cerceamento de propagandas, deixando para analisar a ilegalidade *a posteriori* no caso de um processo judicial, em que possa haver a apresentação de mais provas, assim, visando resguardar a justiça e a imparcialidade.

Sobre o assunto, a jurista Kate Cibele Pereira enfatiza e sugere que, diante do risco do comprometimento da imparcialidade dos magistrado eleitorais, o ideal seria rever a distribuição de competências e deveres deles, descentralizando e concedendo-se esse poder de polícia para um órgão autônomo, especialmente constituído para isso, capaz de exercê-lo sem que se maculasse a função judicante, assim como acontece em países como: Estados Unidos da América, França, Alemanha, Finlândia, Argentina, Chile, entre outros, considerando que - na atual conjunção - a Justiça Eleitoral atua nas funções administrativas e jurisdicionais sob o risco de comprometimento da imparcialidade (PEREIRA, 2015, p. 90-99).

Insta destacar também a função normativa que compete à Justiça Eleitoral, sendo essa mais uma exceção desse órgão especializado do Poder Judiciário brasileiro, através de resoluções para expedir instruções para a execução das leis eleitorais.

Assim, pode-se citar como exemplos do poder de polícia da Justiça Eleitoral a retirada de propagandas indevidas, o recolhimento de materiais que estejam fora das proporções legalmente estabelecidas, retirada de manifestações indevidas, assegurando a democracia, paridade de armas e isonomia.

⁴ COSTA, Hyldon Masters Cavalcante. A imparcialidade do juiz eleitoral em processo judicial para a apuração de fatos perante os quais exerceu seu poder de polícia. Suffragium – revista do Tribunal Regional Eleitoral do Ceará, Fortaleza, v. 4. n. 6, p. 16-41, jan./jun. 2008.

Entendido isso, se faz necessário expor o disposto no artigo 6º, § 1º e § 2º, da Resolução nº 23.610/2019 do TSE, o qual indica o que seria o dever do poder de polícia da Justiça Eleitoral, em relação às propagandas eleitorais e que, nesse caso, será exercido pelos juízes eleitorais e juízes designados pelos tribunais regionais eleitorais:

Art. 6º: §1º - O poder de polícia sobre a propaganda eleitoral será exercido por juízes eleitorais e juízes designados pelos tribunais regionais eleitorais, nos termos do art. 41, §1º, da Lei nº 9.504/1997, observado ainda, quanto à internet, o disposto no art. 8º desta Resolução;

§2º O poder de polícia se restringe às providências necessárias para inibir práticas ilegais, vedada a censura prévia sobre o teor dos programas e das matérias jornalísticas a serem exibidos na televisão, na rádio, na internet e na imprensa escrita (Lei nº 9.504/1997, art. 41 § 2º).

Sempre buscando agir à luz dos seus princípios, a resolução em vigência do Tribunal Superior Eleitoral, fixa meios de garantia para o exercício da ordem, resguardando a lei, sendo tal fato observado no artigo 8º da resolução citada anteriormente:

Art. 8º: Para assegurar a unidade e a isonomia no exercício do poder de polícia na internet, este deverá ser exercido:

I - nas eleições gerais, por um ou mais juízes designado(s) pelo tribunal eleitoral competente para o exame do registro do candidato alcançado pela propaganda;

II - nas eleições municipais, pelo juiz que exerce a jurisdição eleitoral no município e, naqueles com mais de uma zona eleitoral, pelos juízes eleitorais designados pelos respectivos tribunais regionais eleitorais.

Com o conteúdo explanado nos demais tópicos deste estudo, fica demonstrada a exímia importância da atuação do órgão jurisdicional eleitoral, exercendo o poder de polícia atribuído a ele, devendo o juiz eleitoral colocar o seu poder de polícia em prática, usando todos os meios legais para garantir o perfeito andamento das eleições.

Dessa forma, fica claro que o juiz deve estar atento e atualizado, em relação aos atos dos candidatos, assim, exercendo a sua função na busca para assegurar a justiça e igualdade entre eles.

5. O COMBATE ÀS *FAKE NEWS*

Com o uso das redes sociais e a facilidade de propagação de notícias, os candidatos ficam gradativamente expostos à disseminação de notícias falsas. Nessa senda, deve-se buscar combater as chamadas *fake news*, tendo em vista o seu

grande poder, a ponto de prejudicar, em diferentes níveis, a campanha do candidato que tiver notícias falsas veiculadas. A partir disso, o doutrinador José Jairo Gomes destaca sobre esse controle “O legislador deve intervir, fazendo-o sempre com o objetivo de que o processo eleitoral seja hígido, as disputas equilibradas e harmônicas” (GOMES, 2018, p. 438).

Sendo as *fake news* um dos maiores problemas a serem combatidos, nas campanhas eleitorais, destacou a Ministra do STF e ex-presidente do TSE - Tribunal Superior Eleitoral, Rosa Weber, que a veiculação de notícias falsas gera uma queda na credibilidade das instituições e por isso deve-se haver uma luta coletiva de impedir a não propagação delas, senão vejamos:

É consenso que a desinformação afeta os diferentes setores e atividades da sociedade e põe em dúvida a credibilidade das instituições. Ciente dessa realidade, a Justiça Eleitoral assume a sua parcela de responsabilidade e também age provocando o envolvimento dos demais atores sociais nesta cruzada, que é coletiva. (PORTAL CORREIO BRASILIENSE, 2019)

Na briga para amenizar ao máximo a propagação de notícias falsas, a Resolução nº 23.610/2019 do TSE, em seu artigo 28, IV, a, proíbe o impulsionamento e disparo - em massa - de conteúdos com cunho político, nas mídias sociais, que não sejam declaradas como propaganda eleitoral oficial de determinado candidato, terceirizando tal ato, *in verbis*:

Art. 28. A propaganda eleitoral na internet poderá ser realizada nas seguintes formas (Lei nº 9.504/1 997, art. 57-13, 1 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 9.504/1 997, art. 57-J); ou
b) qualquer pessoa natural, vedada a contratação de impulsionamento e de disparo em massa de conteúdo (Lei nº 9.504/1 997, art. 57-J).

Além do exposto anteriormente, também é usado como método de contenção da legislação eleitoral o fato de ter que comunicar à Justiça Eleitoral todos os endereços eletrônicos utilizados, para a realização de campanha nas mídias sociais, como estabelece o §1º do artigo 28 da Res. nº 23.610/2019 do TSE:

Art. 28: §1º Os endereços eletrônicos das aplicações de que trata este artigo, salvo aqueles de iniciativa de pessoa natural, deverão ser comunicados à Justiça Eleitoral no requerimento de registro de candidatura ou no

demonstrativo de regularidade de dados partidários, podendo ser mantidos durante todo o pleito eleitoral os mesmos endereços eletrônicos em uso antes do início da propaganda eleitoral (Lei nº 9.504/1997, art. 57-B, §10).

Contudo, é importante ressaltar a vulnerabilidade existente, no artigo citado anteriormente, ao passo que a Justiça Eleitoral tem grandes dificuldades de controlar as contas das pessoas naturais, existindo, inclusive, a discussão de até onde pode ir à divulgação de uma pessoa.

O artigo 27, da mesma resolução citada anteriormente, estabelece que as pessoas naturais são livres para expressar seus pensamentos políticos, desde que não façam campanha política antes do período legalmente estabelecido, bem como não ofendam a honra e imagem dos candidatos, além de não espalharem notícias falsas, *in verbis*:

Art. 27. É permitida a propaganda eleitoral na internet a partir do dia 16 de agosto do ano da eleição (Lei nº 9.504/1997, art. 57-A).

§1º A livre manifestação do pensamento do eleitor identificado ou identificável na internet somente é passível de limitação quando ofender a honra ou a imagem de candidatos, partidos ou coligações, ou divulgar fatos sabidamente inverídicos.

§2º O disposto no §1º deste artigo se aplica, inclusive, às manifestações ocorridas antes da data prevista no caput, ainda que delas conste mensagem de apoio ou crítica a partido político ou a candidato, próprias do debate político e democrático.

A Lei Eleitoral, em seu artigo 57 – D,⁵ também busca garantir a livre manifestação de pensamento, mas não deixa de lado os cuidados com a possibilidade de veiculação de notícias falsas, ao passo que permite a livre manifestação, desde que a pessoa não faça em anonimato, por meio da rede mundial de computadores.

Pode-se dizer que o principal aliado da veiculação de informações fictícias são a desinformação e a preguiça de buscar o devido conhecimento da fonte da notícia, bem como do seu conteúdo em si.

Para as eleições do ano de 2020, o presidente do TSE - Tribunal Superior Eleitoral, Luís Roberto Barroso, afirmou, em entrevista ao Portal G1, que o referido órgão jurisdicional fará uma parceria com as principais redes sociais do momento (*WhatsApp, Instagram, Facebook, Twitter, Google e TikTok*), como um meio de

⁵ **Art. 57-D.** É livre a manifestação do pensamento, vedado o anonimato durante a campanha eleitoral, por meio da rede mundial de computadores – Internet, assegurado o direito de resposta, nos termos das alíneas a, b e c do inciso IV do § 3º do art. 58 e do 58-A, e por outros meios de comunicação interpessoal mediante mensagem eletrônica.

prevenir que pessoas espalhem notícias falsas. O objetivo é tentar judicializar menos os casos e resolver de forma mais rápida e efetiva (Portal G1, 2020).

Diante do exposto anteriormente, fica demonstrado que o Direito Eleitoral tem atuado tentando blindar as campanhas eleitorais e assegurar a isonomia, durante todo o período eleitoral. Todavia, tratando-se do mundo virtual, os avanços são diários e da mesma forma surgem diversos meios de tentar adquirir vantagem e, conseqüentemente, atingir o objetivo da eleição popular.

5. A ATUAÇÃO DE PAÍS DESENVOLVIDO REGULAMENTANDO AS CAMPANHAS NA INTERNET

Observa-se que, de fato, as campanhas eleitorais, através da internet, em especial nas mídias sociais, tem cada vez mais crescido nos países onde a democracia predomina, e, a Justiça Eleitoral - dos referidos países - também tem se esforçado crescentemente para garantir os direitos de quem está na corrida para conquistar um cargo público eletivo.

No caso dos Estados Unidos da América, cada estado é independente e tem a sua própria Justiça Eleitoral, sendo ela descentralizada. Os casos só chegam à Justiça Federal se houver uma grande repercussão e necessitar ter um controle nacional, em relação aos casos da mesma natureza.

Diante disso, é notório que é difícil manter um padrão de combate às irregularidades nas campanhas eleitorais, por parte dos candidatos em todo o país, devendo ter como maior aliado a administração das plataformas digitais, denunciando os atos ilegais dos candidatos, levando em consideração a localização de cada um e a lei em vigência nos respectivos estados.

Para isso, o Congresso dos Estados Unidos da América reuniu-se, no presente ano de 2020, com os gestores do *Google*, *Facebook* e *Twitter*, buscando combater os casos de *fake news*. A ocorrência dessa reunião teve como um dos motivos o fato da propagação de notícias falsas estarem acontecendo cada vez mais e de maneira muito rápida, o que se prova no estudo feito pela *BuzzFeed News* em 2016, no qual foi constatado que houve uma maior propagação de notícias inverídicas do que das verídicas, durante o período eleitoral nos Estados Unidos da América. Nos três últimos meses de campanha, em 2016, 20 histórias falsas, de sites que se dizem informativos e de blogs, relacionadas às eleições geraram 8,711 milhões de compartilhamentos, reações e comentários no *Facebook*. No mesmo período, as 20 melhores histórias eleitorais de 19

principais sites de notícias geraram um total de 7,367 milhões de compartilhamentos, reações e comentários no *Facebook*. (Portal G1, 2020).

A última atualização da legislação norte-americana, regendo as propagandas políticas foi em 1970, através da FEC (*Federal Election Commission* – Comissão Federal de Eleição), mas o referido regulamento não se aplica aos meios digitais.

Segundo o Portal 360, em Washington, por exemplo, o *Facebook* e o *Google* têm se esforçado para impor proibições de anúncios políticos que eles estabeleceram, em resposta a leis estritas de financiamento de campanhas. (Portal 360, 2019)

Com a desatualização dos Estados Unidos da América, fica demonstrado o enorme risco à democracia, já que a falta de regulamentação permite que as empresas criem as suas regras e os seus limites, e evidenciado que o Brasil está à frente, nesse aspecto, buscando uma melhor garantia dos direitos dos seus cidadãos.

6. CONCLUSÃO

O Direito Eleitoral surge na sociedade democrática para garantir os direitos e deveres dos cidadãos. Com essa constante missão, faz-se necessário se manter atualizado e acompanhando os avanços sociais. Com o mundo cada vez mais usando as tecnologias, na busca pela facilidade e conforto, surgem as mídias sociais como meio de campanha eleitoral.

O Tribunal Superior Eleitoral tem trabalhado fortemente para se atualizar e isso é observado desde a sua participação direta nas mídias sociais, até as mudanças realizadas na legislação em vigência.

Recentemente o referido Tribunal produziu perfis nas mídias sociais (*Instagram, Facebook, Twitter, YouTube* e portais), e, cada vez mais, tem buscado interagir com o povo, estando próximo deles para assegurar os seus direitos e facilitando a fiscalização do seu comportamento.

Outro grande avanço que chama muita atenção são as parcerias realizadas pelo Tribunal Superior Eleitoral com a administração das mídias sociais, contando com o apoio delas para a mais efetiva fiscalização.

Visando a uma melhor regulamentação das eleições municipais de 2020, bem como as futuras, foram observadas importantes mudanças, na Lei Eleitoral, voltadas para a veiculação de conteúdo por parte dos candidatos a cargos públicos eletivos, para a fiscalização dessa veiculação, como também de gastos com as plataformas digitais. Essas mudanças reforçam a blindagem que o Direito Eleitoral está buscando

realizar, assim como o preenchimento de lacunas existentes, na legislação, em vigência.

Portanto, com os avanços tecnológicos e uma notória atualização por parte dos três poderes que regem o nosso país (executivo, legislativo e judiciário), é constatada uma interação mais efetiva deles com o povo.

Assim, se deve aproveitá-la também para a realização de um forte trabalho para retirar, gradualmente, a repulsa à política e à imagem do político que foi desenvolvida pela sociedade.

A escolha do representante social não deve ser vista como uma obrigação, mas como um direito que o povo tenha vontade de exercer e participar do controle governamental.

Com o crescimento da corrupção e do único objetivo de ter a posse do poder para o autobenefício, a sociedade tem criado mais aversão aos seus representantes, taxando-os como “todos iguais”, que defendem apenas os interesses pessoais.

Em entrevista ao Instituto para Reforma das Relações entre Estado e Empresa, o ex-governador do Rio Grande do Sul e jurista, Tarso Genro, afirma que o ódio à política se concentra na disputa pelo poder sobre o Estado, em razão das riquezas existentes no nosso país (IREE TV, 2017).

Ademais, conclui-se que o Direito Eleitoral brasileiro está atento ao surgimento das novas modalidades de campanha eleitoral e tem realizado um importante trabalho, para que não exista o sentimento de injustiça por parte dos candidatos a cargos públicos eletivos, bem como dos seus eleitores.

REFERÊNCIAS

CHALITA, Sávio. **Manual Completo de Direito Eleitoral**. São Paulo: Editora Foco, 2014.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **TSE define regras para propaganda eleitoral na internet**. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/544081-tse-define-regras-para-propaganda-eleitoral-na-internet/> Acesso em: 09 de novembro de 2020

CASTANHO, Maria Augusta Ferreira da Silva. **O processo eleitoral na era da internet: as novas tecnologias e o exercício da cidadania**. São Paulo: 2014. Tese (Doutorado) – Curso de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

CONSULTOR JURÍDICO. **As eleições e as ameaças à democracia brasileira**. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2018-jul-30/constituicao-poder-eleicoes-ameacas-democracia-brasileira/> Acesso em: 20 de novembro de 2020

COSTA, Hyldon Masters Cavalcante. A imparcialidade do juiz eleitoral em processo judicial para a apuração de fatos perante os quais exerceu seu poder de polícia. Suffragium – **Revista do Tribunal Regional Eleitoral do Ceará**, Fortaleza, v. 4. n. 6, p. 16-41, jan./jun. 2008.

EXAME. **Google, Facebook e Twitter vão ao Congresso dos EUA debater “fake news”**. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/google-facebook-e-twitter-va-ao-congresso-dos-eua-debater-fake-news/> Acesso em: 20 de novembro de 2020

GOMES, José Jairo. **Direito eleitoral**. 14. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2018.

_____. **Direito eleitoral**. 16. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2020.

INSTITUTO PARA REFORMA DAS RELAÇÕES ENTRE ESTADO E EMPRESA. **“O ódio à política se concentra na disputa pelo poder sobre o Estado”**. Disponível em: <https://iree.org.br/o-odio-a-politica-se-concentra-na-disputa-pelo-poder-sobre-o-estado/> Acesso em: 24 de novembro de 2020

NETO, Jaime Barreiros. **Direito eleitoral**. 10. ed. Salvador: Editora JusPodivm, 2020.

PEREIRA, Kate Cibele. **O poder de polícia no juízo eleitoral: a constitucionalidade no julgamento de processos ocasionados da apuração administrativa de ilícitos feita pelo judiciário / The police power in electoral court: the constitutionality of the judgment realized by the s.** Revista Brasileira de Direito, Passo Fundo, v. 11, n. 1, p. 90-99, ago. 2015.

PODER 360. **EUA devem gastar 10 bilhões com propaganda em políticas de campanha em 2020**. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/eua-devem-gastar-u-10-bi-com-propaganda-politica-em-campanhas-de-2020/> Acesso em: 24 de novembro de 2020.

PORTAL CORREIO BRASILIENSE. **Campanha contra fake news é finalista do 16º Prêmio Innovare**. Disponível em: https://correiobrasiliense.com.br/app/noticia/politica/2019/11/12/interna_politica,805887/campanha-contrafake-news-e-finalista-do-16-premio-innovare.shtml/ Acesso em: 13 de novembro de 2019.

PORTAL G1. **Datafolha: quantos eleitores de cada candidato usam redes sociais, leem e compartilham notícias sobre política**. Disponível em:

<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/eleicao-em-numeros/noticia/2018/10/03/datafolha-quantos-eleitores-de-cada-candidato-usam-redes-sociais-leem-e-compartilham-noticias-sobre-politica.ghtml/> Acesso em: 12 de novembro de 2019.

PORTAL G1. **TV é o meio preferido de 63% dos brasileiros para se informar, e internet de 26%, diz pesquisa.** Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/tv-e-o-meio-preferido-por-63-dos-brasileiros-para-se-informar-e-internet-por-26-diz-pesquisa.ghtml/> Acesso em: 12 de novembro de 2019.

PORTAL G1. **Notícias falsas sobre eleição nos EUA têm mais alcance do que notícias reais.** Disponível em: <http://g1.globo.com/mundo/eleicoes-nos-eua/2016/noticia/2016/11/noticias-falsas-sobre-eleicoes-nos-eua-superam-noticias-reais.html/> Acesso em: 21 de novembro de 2020.

RABELLO JÚNIOR, Wagner Leandro. As implicações do Poder de Polícia do Juiz Eleitoral do controle das eleições municipais. **Revista Acadêmica de Direito da Unigranrio (RDUGR)**, v. 8, n. 1, 2018.

REVISTA EXAME. **62% da População Brasileira está Ativa nas Redes Sociais.** Disponível em: <https://exame.abril.com.br/negocios/dino/62-da-populacao-brasileira-esta-ativa-nas-redes-sociais/> Acesso em: 12 de novembro de 2019
<http://www.ordemmais.com.br/para-estudar-materia.php?cod=54>