

UNIFAMA – FACULDADE DE COLIDER – CURSO DE DIREITO

PROPAGANDA ELEITORAL NA ERA DIGITAL E LIMITES À LIBERDADE DE EXPRESSÃO

MURILO GUSTAVO PRADO SOARES

Colíder-MT

2024

UNIFAMA – FACULDADE DE COLIDER – CURSO DE DIREITO

PROPAGANDA ELEITORAL NA ERA DIGITAL E LIMITES À LIBERDADE DE EXPRESSÃO

Trabalho de Conclusão de Curso, sob orientações da Prof^a. Hellen Francy Ferreira Cruz , da faculdade de Colíder – UNIFAMA, para obtenção do título de Bacharel em Direito.

Colíder-MT

SUMÁRIO

RESUMO:.....	4
PALAVRAS-CHAVE:	4
ABSTRACT:.....	4
KEY-WORDS:	5
1. INTRODUÇÃO	5
2. PROPAGANDA ELEITORAL	6
3. IMPACTO DAS REDES SOCIAIS NO PERÍODO ELEITORAL.....	8
4. DESAFIOS JURÍDICOS E REGULAÇÃO	8
5. FAKE NEWS E DISCURSOS DE ÓDIO	10
6. RESPONSABILIZAÇÃO DAS PLATAFORMAS DIGITAIS.....	11
7. CONSCIENTIZAÇÃO E EDUCAÇÃO	12
8. CONCLUSÃO.....	14
REFERENCIAS	18
AGRADECIMENTOS	20

PROPAGANDA ELEITORAL NA ERA DIGITAL E LIMITES À LIBERDADE DE EXPRESSÃO

Murilo Gustavo Prado Soares¹

Hellen Francy Ferreira Cruz²

RESUMO:

Este trabalho investiga a influência das redes sociais na propaganda eleitoral e os desafios que surgem ao tentar regular a disseminação de fake news sem comprometer o direito à liberdade de expressão, assegurado pela Constituição Federal de 1988, com o crescimento das plataformas digitais como fonte de informação, estima-se que cerca de 45% dos eleitores sejam impactados por conteúdos compartilhados online, evidenciando a necessidade de uma regulamentação adequada. O presente estudo busca analisar a responsabilidade das plataformas, os desafios tecnológicos e o papel da educação para minimizar o impacto da desinformação. O objetivo é identificar soluções jurídicas que protejam o processo eleitoral e a democracia, equilibrando a liberdade de expressão com a necessidade de combater práticas abusivas nas redes sociais.

PALAVRAS-CHAVE: Liberdade de expressão; propaganda eleitoral nos dias atuais; liberdade de expressão versus censura; influência das redes sociais na eleição.

ABSTRACT:

This paper investigates the influence of social media on electoral propaganda and the challenges that arise when trying to regulate the dissemination of fake news without compromising the right to freedom of expression, guaranteed by the Federal Constitution of 1988. With the growth of digital platforms as a source of information, it is estimated that around 45% of voters are impacted by content shared online, highlighting the need for adequate regulation. The study seeks to analyze the

¹Acadêmico de Direito do 10º Semestre pela Faculdade UNIFAMA de Colíder/MT. E-mail: muriloprado@hotmail.com.br

²Bacharel em Direito pela Faculdade de Colíder – Facider (2015). Professora Universitária. Assessora Parlamentar. Cursando Pós Graduação de Direito Eleitoral pela faculdade FAVENI. E-mail para contato: hellencruz85@hotmail.com

responsibility of platforms, technological challenges and the role of education in minimizing the impact of disinformation. The objective is to identify legal solutions that protect the electoral process and democracy, balancing freedom of expression with the need to combat abusive practices on social media.

KEY-WORDS: Freedom of expression; electoral propaganda nowadays; freedom of expression versus censorship; influence of social networks on the election.

1. INTRODUÇÃO

No contexto da linha de pesquisa que abrange o Direito Constitucional e o Direito Eleitoral, a presente investigação busca analisar a transformação na dinâmica da propaganda eleitoral trazida pelo uso crescente da Internet através das redes sociais e demais plataformas digitais. Com o avanço da tecnologia e a popularização das mídias digitais como fonte de informação, a propaganda eleitoral passou por mudanças profundas, gerando novos desafios para o processo eleitoral. O título deste estudo, “Propaganda Eleitoral na Era Digital e Limites à Liberdade de Expressão,” reflete a necessidade de compreender e delimitar o espaço de atuação dessas plataformas na propagação de conteúdo eleitoral, considerando a propagação de desinformação, as chamadas *fake news* e/ou *desinformação* e o potencial impacto que essas práticas podem ter sobre o resultado das eleições.

O direito à liberdade de expressão, consagrado como um dos direitos fundamentais da Constituição de 1988 em seu artigo 5º, IV, representa um pilar essencial da democracia brasileira, garantindo aos cidadãos o direito à manifestação de pensamento. No entanto, no ambiente digital, essa liberdade convive com o desafio de regular a disseminação de informações, muitas vezes falsas ou com discurso de ódio, sem comprometer esse direito fundamental. Essa tensão entre a liberdade de expressão e a necessidade de conter a desinformação eleitoral é o cerne da problematização deste trabalho: Como as redes sociais alteram a dinâmica da propaganda eleitoral e quais são os desafios para regular sua influência sem restringir excessivamente a liberdade de expressão?

Com base em dados do Instituto DataSenado, cerca de 45% dos eleitores são influenciados por informações adquiridas nas redes sociais, indicando que essas plataformas têm um papel significativo na formação das opiniões eleitorais. A análise de casos como as Ações Diretas de Inconstitucionalidade (ADI) 7.261 e 6.281, que

tratam do combate à desinformação e das restrições impostas à propaganda eleitoral em mídias impressas e digitais, revela a complexidade e a importância da regulação em torno desse tema. Além disso, conforme o artigo 41 da Lei nº 9.504/97, embora a propaganda eleitoral seja garantida, ela deve observar limites legais, incluindo o direito de resposta e outras disposições que buscam equilibrar a comunicação eleitoral e o respeito à verdade.

O objetivo geral deste estudo é, portanto, examinar as questões jurídicas e tecnológicas ligadas à propaganda eleitoral digital e à liberdade de expressão, buscando identificar soluções que responsabilizem as plataformas digitais pela disseminação de conteúdo enganoso e que incentivem a educação e conscientização dos eleitores. Entre os objetivos específicos, destaca-se a análise dos desafios de combater a disseminação de fake news sem prejudicar o direito constitucional à livre manifestação, além da identificação de remédios constitucionais que possam ser empregados para combater práticas abusivas sem afetar o exercício da liberdade de expressão.

Assim, este trabalho busca contribuir para a compreensão dos impactos da propaganda eleitoral digital no processo eleitoral e na democracia, ao mesmo tempo que propõe formas de equilibrar a regulação da desinformação com a garantia da liberdade de expressão, essencial para a preservação dos direitos democráticos fundamentais.

2. PROPAGANDA ELEITORAL

A propaganda eleitoral tem um papel significativo na história da política brasileira. Com a reabertura política em 1985 e a consolidação das eleições diretas como símbolo da democracia, a propaganda eleitoral se tornou uma das principais manifestações do exercício democrático no país. Antes disso, os candidatos almejavam ter liberdade para divulgar suas candidaturas de maneira ampla. Com a abertura política, as eleições ganharam importância e, com elas, surgiram as regulamentações para a propaganda eleitoral.

Em 1997, a Lei nº 9.504, conhecida como Lei das Eleições, foi criada para regular o processo eleitoral, desde as convenções partidárias até o período pós-eleitoral. Entre suas disposições, destacam-se as regras para a propaganda eleitoral, presentes nos artigos 36 e seguintes. Inicialmente, a propaganda eleitoral permitia uma ampla variedade de ações, como a distribuição de santinhos, broches, camisetas,

bandeiras, adesivos, panfletos, visitas de casa em casa, instalação de outdoors e cartazes em pontos estratégicos, carreatas, carros de som, comícios e showmícios. Durante o período permitido, materiais de propaganda eram distribuídos nas ruas, praças e casas dos eleitores, e os candidatos, com apoio de seus cabos eleitorais, se dedicavam intensamente à divulgação de suas campanhas. Esse período se estendia de 6 de julho até às 22 horas da véspera da eleição. No próprio dia da eleição, era assegurado o direito à manifestação individual e silenciosa dos eleitores, por meio do uso de bandeiras, broches e adesivos.

A ampla propaganda eleitoral era celebrada como símbolo da democracia recém-conquistada, frequentemente chamada de "festa da democracia". Entretanto, em 2008, sob a justificativa de que as propagandas causavam poluição visual e sonora, o Ministério Público Eleitoral promoveu, em várias regiões do país, a criação do Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) eleitoral, visando reduzir o impacto das campanhas eleitorais nas cidades.

Após inúmeras restrições para as propagandas de rua, a propaganda eleitoral ganhou um forte espaço nas mídias digitais, evoluindo de acordo com as mudanças tecnológicas e sociais. Na era digital, as campanhas políticas se beneficiam das plataformas online para alcançar um público mais amplo e interativo. McNair (2011) discute a transição dos métodos tradicionais de propaganda para as novas tecnologias, destacando que "a internet e as redes sociais transformaram a maneira como as campanhas eleitorais são conduzidas, permitindo uma comunicação mais direta e personalizada com os eleitores" (p. 45). Essa evolução é acompanhada por um aumento na complexidade e nos desafios regulatórios.

Marques (2012) explora a história da propaganda eleitoral no Brasil, desde as primeiras eleições até a era digital. Ele observa que "a democratização da comunicação através da internet possibilitou que candidatos e eleitores interagissem de maneira inédita, promovendo um diálogo mais aberto e participativo" (p. 78). No entanto, essa democratização também trouxe desafios, como a disseminação de desinformação e a necessidade de novas regulamentações.

As redes sociais se tornaram uma grande aliada para a conquista do eleitorado nas últimas eleições, tornando-se cada vez maior o destaque do marketing digital nas campanhas eleitorais. Em eleições anteriores, o fator bem decisivo era o tempo de televisão e rádio, ou seja, as mídias tradicionais, sendo assim, o que possuía maior

tempo de televisão, adquiriria maior vantagem. Porém, o cenário muda completamente com as redes sociais, pois elas permitem comunicação em tempo real, ou seja, cobranças, pressão e mais pressão.

3. IMPACTO DAS REDES SOCIAIS NO PERÍODO ELEITORAL

O alcance da propaganda digital é incalculável, porém, de acordo com estudos, em 2024, cerca de 84% da população brasileira possui acesso à internet, ou seja, têm acesso às informações do mundo inteiro em tempo real. As redes sociais desempenham um papel crucial na propaganda eleitoral moderna, oferecendo novas formas de engajamento e alcance, porém, pode ser utilizada para a desinformação do eleitor.

Sunstein (2018) argumenta que “as redes sociais têm o potencial de fragmentar a democracia, criando bolhas de informação que reforçam as crenças existentes e dificultam o diálogo democrático” (p. 102). A natureza viral das redes sociais facilita a disseminação de informações, mas também aumenta o risco de espalhar *fake news*.

Chadwick (2013) examina como os antigos e novos meios de comunicação interagem no ambiente político atual, destacando que “as campanhas eleitorais modernas dependem cada vez mais das redes sociais para mobilizar eleitores e influenciar a opinião pública” (p. 67). No entanto, ele também alerta para os riscos de manipulação e desinformação.

4. DESAFIOS JURÍDICOS E REGULAÇÃO

A Constituição de 1988, que recentemente completou 36 anos, trouxe avanços significativos em direitos e garantias fundamentais, incluindo a proteção explícita da liberdade, especialmente no que diz respeito à livre manifestação do pensamento, assegurada em seu artigo 5º, inciso IV.

Em que pese o prestígio do texto constitucional a outras liberdades, como a de locomoção, associação, dentre outras, como menciona Luís Roberto Barroso, “[se] entende que as liberdades de informação e de expressão servem de fundamento para o exercício de outras liberdades, o que justifica uma posição de preferência — preferred position — em relação aos direitos fundamentais individualmente considerados”

A Lei nº 9.504/97, mais conhecida como a Lei das Eleições, foi criada para

regular o processo eleitoral, desde as convenções partidárias até o período pós-eleitoral. Entre suas disposições, destacam-se regras para a propaganda eleitoral.

Numa análise ampla é necessário conhecer as atribuições da Justiça Eleitoral, explicitada no Art. 105 da Lei das Eleições:

Art. 105. Até o dia 5 de março do ano da eleição, o Tribunal Superior Eleitoral, atendendo ao caráter **regulamentar** e sem restringir direitos ou estabelecer sanções distintas das previstas nesta Lei, poderá expedir todas as instruções necessárias para sua fiel execução, ouvidos, previamente, em audiência pública, os delegados ou representantes dos partidos políticos.

Tais dispositivos fundamental a expedição de Resoluções pela Corte Superior Eleitoral acerca dos trabalhos e procedimentos realizados durante o pleito eleitoral. Não menos importante e cabe salientar, que embora seja menos lembrada, quando se fala em poder normativo da Justiça Eleitoral, conforme consta no Art. 57-J da Lei das Eleições:

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

Nota-se que o próprio legislador concedeu ao Tribunal Superior Eleitoral a prerrogativa de regulamentar a disciplina da propaganda eleitoral na internet “(...) de acordo com o cenário e as ferramentas tecnológicas existentes em cada momento eleitoral (...)”.

A regulação da propaganda eleitoral digital envolve equilibrar a liberdade de expressão com a integridade do processo eleitoral. Barroso (2016) destaca que “embora a liberdade de expressão seja um direito fundamental, ela não é absoluta e deve ser equilibrada com outros direitos e interesses públicos, como a integridade do processo eleitoral” (p. 85). A adaptação das leis e regulamentações às especificidades da comunicação digital é essencial para garantir um processo eleitoral justo.

Silva (2019) discute os desafios específicos da regulação da propaganda eleitoral digital no Brasil, propondo soluções para aprimorar o controle sobre as campanhas online. Ele afirma que “é necessário desenvolver mecanismos que

permitam a identificação e remoção rápida de conteúdos ilegais ou enganosos, sem comprometer a liberdade de expressão” (p. 110). A criação de regulamentações específicas para plataformas de mídia social é uma das estratégias propostas para enfrentar esses desafios.

O art. 25 diz que é “livre a manifestação do pensamento, vedado o anonimato durante a campanha eleitoral, por meio da internet, assegurado o direito de resposta”, nos termos dos arts. 58, § 3º, inciso IV, alíneas a, b e c, e 58-A da Lei nº 9.504/1997, e por outros meios de comunicação interpessoal mediante mensagem eletrônica.

Já com a Resolução 23.714 de 20 de outubro de 2022, que dispõe “sobre o enfrentamento à desinformação que atinja a integridade do processo eleitoral” justamente vocacionada ao enfrentamento da desinformação. Em um entendimento recente, referendando o indeferimento da Medida Cautelar na ADI 7.261, em outubro de 2022, a Corte Constitucional assentou a ausência de *fumus boni iuris* na alegação de inconstitucionalidade da dita resolução.

Ainda de acordo com o entendimento do relator, eminente ministro Edson Fachin, a Resolução 23.714/2022 do Tribunal Superior Eleitoral, não consiste em exercício de censura prévia, uma vez que “*a disseminação de notícias falsas, no curto prazo do processo eleitoral, pode ter a força de ocupar todo espaço público, restringindo a circulação de ideias e o livre exercício do direito à informação*”.

No entendimento do relator, o fenômeno da desinformação veiculada por meio da internet, caso não fiscalizado pela autoridade eleitoral, tem o condão de restringir a formação livre e consciente da vontade do eleitor.

5. FAKE NEWS E DISCURSOS DE ÓDIO

A disseminação de fake news e discursos de ódio nas redes sociais representa uma ameaça significativa à integridade eleitoral e à democracia. Wardle e Derakhshan (2017) identificam três tipos de desordem informativa: desinformação, má informação e desinformação. Eles sugerem que “uma abordagem multidisciplinar, envolvendo legisladores, pesquisadores, plataformas de mídia e o público, é essencial para combater a desinformação” (p. 94).

Vaidhyanathan (2018) discute como as práticas do Facebook e outras plataformas sociais contribuem para a disseminação de fake news e discursos de ódio. Ele argumenta que “as plataformas sociais precisam adotar medidas mais rigorosas para controlar a disseminação de informações falsas e prejudiciais, sem

infringir a liberdade de expressão” (p. 127).

Porém, com o crescimento exponencial do uso das redes sociais para fins eleitoreiros nasce um outro grande problema, o *Fake News*, ou seja, notícias falsas que são disseminadas nas redes com grande frequência, sendo capaz de enganar e influenciar um número grande de internautas.

Em resumo, os produtores de notícias falsas se aproveitam da ingenuidade, da falta de autocrítica, checagem de informações e até mesmo da aversão do eleitor a política.

Por conta dessa ingenuidade, produtores de notícias falsas têm lucrado grandes cifras em apenas alguns meses. A disseminação dessas notícias é feita pelas redes sociais, por anúncios pagos, pessoas, *bots* e perfis falsos. Atualmente, considera-se que o *WhatsApp* deve ser a mais problemática das redes sociais quando se fala em desinformação, tudo isso, por que as mensagens e informações circulam entre pessoas, e não num ciberespaço público, não existe regulador dessas mensagens que possa classificar o que é verdadeiro ou não.

Mediante ao surgimento desse problema ouve uma grande movimentação da Câmara de Deputados para ser apresentado algum projeto de lei que vise combater e punir os criadores e disseminadores de Fake News, a Deputada Erika Kosley do PT- DF apresentou a PL 9.931/2018, de Erika Kokay (PT-DF), pretende punir com até um ano de detenção quem publicar

(...) notícias ou informações falsas com o intuito de influenciar a opinião pública”. A justificativa acrescenta que os meios de comunicação de massa “têm sido utilizados como instrumentos de manipulação da opinião pública, servindo a interesses escusos de todos os tipos, ou mesmo a futilidades.

Tal preocupação se tornara tão grande que cerca de 16 projetos semelhantes foram apresentados no Congresso Nacional para se combater e punir o *fakenews*.

6. RESPONSABILIZAÇÃO DAS PLATAFORMAS DIGITAIS

As plataformas digitais têm um papel crucial na moderação de conteúdo e na disseminação de informações. Gorwa (2019) propõe um modelo para entender a governança das plataformas digitais, destacando a interseção entre regulação estatal, autorregulação das plataformas e a participação da sociedade civil. Ele afirma que “a transparência e a responsabilidade das plataformas são essenciais para garantir a

integridade do processo eleitoral e a proteção dos direitos dos usuários” (p. 89).

Suzor (2019) examina como as plataformas digitais criam e aplicam regras para moderar o conteúdo online. Ele discute os desafios de regular a propaganda eleitoral digital e propõe princípios para uma regulação justa e eficaz. Segundo Suzor, “as plataformas devem ser transparentes em suas práticas de moderação e proporcionar mecanismos de recurso para os usuários afetados por decisões de moderação” (p. 112).

Novas exigências importadas pelo Tribunal Superior Eleitoral através de resoluções emitidas, a exemplo, do último pleito das eleições municipais de 2024, foram 12 resoluções, os textos serviram de diretrizes para candidatas e candidatos, partidos políticos e o eleitorado que foram às urnas escolher novos prefeitos, vice-prefeitos e vereadores para os próximos anos. Relatadas pela Min. Cármen Lúcia, as resoluções foram elaboradas a partir das normas-base, publicadas em anos anteriores. As alterações, decorreram da necessidade de atualização e foram feitas após ouvir as sugestões dos Tribunais Regionais Eleitorais (TREs), de partidos políticos, de cidadãos, de universidades e de entidades da sociedade civil em audiências públicas.

Dentre as normativas, na Resolução Nº 23.732 de 23 de fevereiro de 2024 do Tribunal Superior Eleitoral que versa:

“Art. 9º-E. Os provedores de aplicação serão solidariamente responsáveis, civil e administrativamente, quando não promoverem a indisponibilização imediata de conteúdos e contas, durante o período eleitoral, nos seguintes casos de risco:

I – de condutas, informações e atos antidemocráticos caracterizadores de violação aos artigos 296, parágrafo único; 359-L, 359-M, 359-N, 359-P e 359-R do Código Penal;

II – de divulgação ou compartilhamento de fatos notoriamente inverídicos ou gravemente descontextualizados que atinjam a integridade do processo eleitoral, inclusive os processos de votação, apuração e totalização de votos; V - de divulgação ou compartilhamento de conteúdo fabricado ou manipulado, parcial ou integralmente, por tecnologias digitais, incluindo inteligência artificial, em desacordo com as formas de rotulagem trazidas na presente Resolução.”

Tal resolução explicita a responsabilização solidária de provedores de aplicação que descumprirem tais medidas que atentem ‘contra a democracia’. Já em seu Art. 9º-F a redação versa sobre quem divulgar e/ou veicular fatos notoriamente inverídicos ou gravemente descontextualizados sobre o sistema eletrônico de votação – ou seja – a urna eletrônica.

“Art. 9º-F. No caso de a propaganda eleitoral na internet veicular fatos notoriamente inverídicos ou gravemente descontextualizados sobre o sistema eletrônico de votação, o processo eleitoral ou a Justiça Eleitoral, as juízas e os juízes mencionados no art. 8º desta Resolução ficarão vinculados, no exercício do poder de polícia e nas representações, às decisões colegiadas do Tribunal Superior Eleitoral sobre a mesma matéria, nas quais tenha sido determinada a remoção ou a manutenção de conteúdos idênticos.

Ou seja, para não responder por tais sanções, as plataformas digitais possuem o dever de monitoramento e remoção de conteúdo falso.

7. CONSCIENTIZAÇÃO E EDUCAÇÃO

Em um cenário onde as redes sociais exercem crescente influência sobre as opiniões e decisões políticas, a conscientização e educação dos eleitores tornam-se fundamentais para a proteção da democracia. Nesse contexto digital, onde informações se propagam com velocidade e muitas vezes sem verificação, é essencial que os cidadãos desenvolvam a habilidade de questionar e avaliar criticamente o conteúdo ao qual são expostos, evitando assim o impacto de notícias enganosas ou manipuladoras em suas escolhas eleitorais.

A Constituição Federal de 1988, ao garantir a liberdade de pensamento e expressão (art. 5º, IV e IX), estabelece pilares da democracia brasileira. No entanto, esses direitos convivem com a necessidade de proteger a integridade das eleições e assegurar que o voto seja livre e consciente. A própria Constituição, em seu artigo 14, assegura que o voto deve ser “livre e direto”, ou seja, fundamentado em informações verdadeiras, que possibilitem ao eleitor exercer seu direito de forma autônoma e consciente.

Nesse sentido, a Lei das Eleições (Lei nº 9.504/1997) e o Código Eleitoral Brasileiro (Lei nº 4.737/1965) estabelecem mecanismos para garantir a integridade do processo eleitoral, incluindo o direito de resposta contra desinformação (art. 58). Esses dispositivos buscam proteger o eleitor contra a manipulação e preservar a legitimidade das eleições. Além disso, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) tem promovido campanhas de conscientização que orientam os eleitores a questionarem a veracidade das informações recebidas nas redes sociais, verificando fontes e evitando o compartilhamento de conteúdos duvidosos.

Essas iniciativas são complementadas pelo princípio da “soberania popular” previsto no artigo 1º, parágrafo único, da Constituição Federal, que estabelece que o poder emana do povo e deve ser exercido de maneira informada e responsável. A educação midiática, portanto, surge como uma ferramenta essencial para capacitar os eleitores a identificar fontes confiáveis e reconhecer conteúdos manipuladores. Essa educação pode ser implementada em currículos escolares e através de campanhas públicas conduzidas por órgãos governamentais e organizações da sociedade civil.

Fortalecer a capacidade crítica dos eleitores frente à desinformação é, portanto, uma medida essencial para garantir a integridade do processo democrático e a autenticidade do voto popular. Eleitores conscientes e informados estão melhor preparados para resistir à influência de fake news, garantindo que suas escolhas reflitam sua verdadeira vontade. Dessa forma, a democracia brasileira se fortalece, protegendo a soberania popular contra as ameaças da desinformação digital.

Promover a conscientização e a educação digital é essencial para capacitar os cidadãos a identificar e resistir à desinformação e aos discursos de ódio. Hobbs (2010) discute a importância da alfabetização midiática na era digital e oferece estratégias para integrar essas habilidades no currículo educacional. Ela argumenta que “a educação midiática é crucial para capacitar os cidadãos a navegar de forma crítica pelo ambiente informacional” (p. 68).

Livingstone (2019) explora como as crianças e jovens aprendem e interagem com as mídias digitais, destacando a importância da educação digital para capacitar os jovens a navegar criticamente no ambiente informacional. Ela afirma que “a educação digital deve ser uma prioridade para preparar os jovens para os desafios da era digital” (p. 55).

8. CONCLUSÃO

Analisar casos específicos de propaganda eleitoral e disseminação de fake news pode fornecer insights valiosos sobre os desafios e soluções possíveis. O caso "Cambridge Analytica" e a eleição de 2016 nos EUA são exemplos significativos dos desafios da propaganda eleitoral digital. Este caso destaca a necessidade de regulamentações mais rígidas sobre o uso de dados pessoais em campanhas eleitorais.

Nas eleições brasileiras de 2018 e 2022, a disseminação de fake news através do WhatsApp e outras redes sociais ilustra os desafios enfrentados pelas autoridades eleitorais. Estudos desses eventos revelam a eficácia das estratégias usadas para combater a desinformação e as áreas que precisam de melhorias.

Acende-se um alerta sobre a desinformação e a propagação de notícias falsas. De acordo com levantamento feito pelo Instituto DataSenado, 81% dos brasileiros acham que as notícias falsas, as chamadas, *fake news*, podem afetar significativamente o resultado eleitoral. Ainda no mesmo levantamento, 72% dos brasileiros já se depararam com notícias falsas nas redes sociais nos últimos seis meses e consideram “muito importante” controlar tais publicações para garantir uma competição justa e um resultado fidedigno.

Notamos desde as eleições de 2014, que a influência das mídias sociais se tornaram um fator predominante no ambiente político, prova disso, foi a instauração em 2019, da Comissão Mista Parlamentar de Inquérito - CPMI, que investiga denúncias de notícias falsas e assédio nas redes sociais, além do uso de contas artificiais e de serviços de impulsionamento de conteúdo para a divulgação de propaganda política.

Com o advento das redes sociais, a velocidade e o alcance da informação aumentaram exponencialmente. Plataformas como Facebook, Twitter e WhatsApp permitem que conteúdos sejam compartilhados instantaneamente, muitas vezes sem a devida verificação da veracidade. Essa dinâmica cria um ambiente propício para a disseminação de desinformação, que pode ser utilizada como uma arma política para manipular a opinião pública.

Frente aos riscos que a desinformação representa, várias estratégias têm sido propostas para mitigar seus impactos nas eleições, sendo elas:

Educação Midiática: Promover a alfabetização midiática é essencial. Cidadãos informados têm maior capacidade de identificar e questionar informações falsas. Campanhas de conscientização podem ajudar os eleitores a desenvolver habilidades críticas para avaliar a veracidade das informações que consomem.

Regulamentação das Redes Sociais: A implementação de políticas mais rigorosas nas plataformas digitais pode ajudar a conter a disseminação de desinformação. Isso inclui exigências para que as plataformas identifiquem e removam conteúdos falsos, além de aumentarem a transparência nas campanhas

publicitárias.

Ação Judicial: A legislação brasileira já prevê mecanismos para punir a disseminação de notícias falsas. A aplicação de ações judiciais contra indivíduos ou grupos que propagam desinformação pode atuar como um importante fator de dissuasão.

Colaboração Intersetorial: A cooperação entre governos, plataformas digitais e organizações da sociedade civil é crucial para enfrentar a desinformação. Iniciativas conjuntas permitem identificar as fontes de desinformação e desenvolver estratégias eficazes para combatê-las.

Monitoramento e Pesquisa: O monitoramento contínuo das redes sociais e o estudo sobre a disseminação de fake news são essenciais para compreender suas dinâmicas e impactos. Isso possibilita que as autoridades e a sociedade civil elaborem respostas mais eficazes.

A desinformação é um dos maiores desafios para a democracia contemporânea, especialmente durante períodos eleitorais. Para que os futuros pleitos no Brasil sejam livres, justos e transparentes, é fundamental que todos os atores sociais – cidadãos, candidatos, partidos, plataformas digitais e instituições – unam esforços no combate à proliferação de informações falsas. Somente com essa colaboração será possível preservar a integridade do processo democrático e garantir que a vontade popular seja refletida de forma clara e verdadeira.

Diante da crescente influência das redes sociais no cenário eleitoral, a proteção do processo democrático brasileiro exige uma abordagem multifacetada que inclua tanto a regulamentação das plataformas digitais quanto a educação e conscientização dos eleitores. O uso massivo de redes sociais como meio de informação e comunicação coloca novos desafios para a integridade eleitoral, principalmente devido à propagação de notícias falsas e conteúdos manipuladores que podem influenciar o voto e, conseqüentemente, os resultados eleitorais.

A análise das legislações vigentes, como a Lei nº 9.504/1997 (Lei das Eleições) e o Código Eleitoral Brasileiro, bem como o papel ativo do Tribunal Superior Eleitoral, reforça a importância de criar mecanismos que protejam os eleitores contra a desinformação, assegurando o direito ao voto consciente e informado. Essas normas, ao estabelecerem o direito de resposta e medidas punitivas contra desinformação, formam um arcabouço jurídico necessário, mas ainda insuficiente

para combater a complexidade da desinformação digital.

É crucial também o investimento em programas de alfabetização midiática, que forneçam aos cidadãos as habilidades necessárias para avaliar criticamente as informações que consomem nas redes sociais. Um eleitor bem informado e consciente é menos suscetível à manipulação e, assim, melhor capacitado para tomar decisões autônomas e responsáveis. A educação midiática, aliada ao fortalecimento do papel fiscalizador dos órgãos eleitorais e à responsabilização das plataformas digitais, configura-se como uma das principais ferramentas para assegurar que a democracia se mantenha autêntica e representativa.

Portanto, para garantir eleições livres, justas e transparentes, é necessário um esforço conjunto entre instituições governamentais, plataformas digitais, educadores e a sociedade civil como um todo. Somente com a colaboração de todos os atores envolvidos será possível preservar a integridade do processo eleitoral, reforçar o direito fundamental à liberdade de expressão e combater de forma efetiva a desinformação que ameaça a soberania popular. Este trabalho contribui para o entendimento desses desafios e aponta caminhos que podem fortalecer a democracia brasileira em meio aos avanços e transformações da era digital.

REFERENCIAS

SILVA, Víctor Hugo. **OTAVIO** Murilo (2023). **Acesso à Internet no Brasil chega a 84 milhões de pessoas, diz pesquisa.** Disponível em: <<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2023/11/16/aceso-a-internet-cresce-no-brasil-e-chega-a-84percent-da-populacao-em-2023-diz-pesquisa.ghtml>> Acesso em: 07 nov. 2024.

BARROSO, Luís Roberto. (2016). O Direito Constitucional e a Liberdade de Expressão: Um Estudo Comparado. Editora Saraiva.

BARROSO, Luís Roberto. Liberdade de expressão versus direitos da personalidade. Colisão de direitos fundamentais e critérios de ponderação. In: “Temas de direito constitucional – tomo III”. Rio de Janeiro: Renovar, 2005, pp. 105-106

BENKLER, Y., FARIS, R., & ROBERTS, H. (2018). Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics. Oxford University Press.

BRASIL. Conselho Nacional do Ministério Público. Portal dos direitos coletivos. 2018. Disponível em: <<http://www.cnmp.gov.br/direitoscoletivos/index.php/4-o-que-e-o-termo-de-ajustamento-de-contuta>> Acesso em: 07 de novembro 2024.

BRASIL. Senado Federal do Brasil <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2024/08/23/para-brasileiros-noticias-falsas-impactam-eleicoes-revela-datasenado>. Acesso em: 07 de novembro de 2024.

BRASIL. Decreto-Lei 9.504 de 30 de setembro de 1997. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19504.htm acesso em 19/05/2024.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Resolução nº 23.610 de 18 de dezembro de 2019. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-de-dezembro-de-2019> Acesso em 20/05/2024.

CHADWICK, A. (2013). The Hybrid Media System: Politics and Power. Oxford University Press.

GILLESPIE, T. (2018). Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions that Shape Social Media. Yale University Press.

- GORWA, R.** (2019). The Platform Governance Triangle: Concept
- HOBBS, R.** (2010). Digital and Media Literacy: Connecting Culture and Classroom. Corwin.
- KAYE, D.** (2019). Speech Police: The Global Struggle to Govern the Internet. Columbia Global Reports.
- LIVINGSTONE, S.** (2019). The Class: Living and Learning in the Digital Age. NYU Press.
- MARQUES, F. S.** (2012). História da Propaganda Eleitoral no Brasil. Editora FGV.
- PEREIRA, H. M., & PORTO, L. F.** (2018). "Redes Sociais e Eleições: Impactos e Desafios"
- TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL.** Resolução nº 23.732/2024. Relatora: Ministra Cármen Lucia. Redigitado em 27/02/2024. Publicado em 04/03/2024. Acesso em 07/11/2024.
- SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL.** Tribunal Pleno. Referendo na Medida Cautelar na Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 7.261. Relator: ministro Edson Fachin. Brasília, julgado em 26/10/2022, publicado em 23/11/2022. Acesso em 03 de novembro de 2024.

AGRADECIMENTOS

A realização deste trabalho de conclusão de curso é fruto de uma caminhada marcada por desafios e aprendizados, e não teria sido possível sem o apoio e orientação de muitas pessoas às quais expresso minha profunda gratidão.

Primeiramente, agradeço aos meus familiares pelo constante apoio e incentivo, que foram fundamentais para que eu pudesse alcançar essa conquista. Agradeço, especialmente, aos meus pais, pela compreensão, paciência e por sempre acreditarem no meu potencial.

Aos professores e colegas da UNIFAMA, que contribuíram com seus conhecimentos e experiências ao longo da minha formação, deixo aqui meu sincero agradecimento. Em especial, aos professores Dr. José Eduy Mello, Dr. Diego Chaves Freire, Dr. José Carlos Donadia, Dr. Vagner Candido de Oliveira e Hellen Francy Ferreira Cruz.

Agradeço também aos amigos, que foram apoio e fonte de inspiração nos momentos de dificuldade e que, de diferentes formas, contribuíram para a realização deste projeto.

Por fim, agradeço a todos aqueles que, direta ou indiretamente, colaboraram para a concretização deste trabalho, acreditando e apoiando meus esforços. Este TCC é resultado do esforço coletivo e do aprendizado compartilhado, e espero que represente uma pequena contribuição ao campo de estudo que escolhi seguir.