

CAMPANHAS ELEITORAIS ANTECIPADAS NA INTERNET E SANÇÕES REGULATÓRIAS NO BRASIL: UM ESTUDO SOBRE DEMOCRACIA DIGITAL | *EARLY ELECTORAL CAMPAIGNS ON THE INTERNET AND REGULATORY SANCTIONS IN BRAZIL: A STUDY ON DIGITAL DEMOCRACY*

GLEDSON PRIMO GOMES

RESUMO | Este artigo analisa as implicações das eleições antecipadas na internet no contexto atual brasileiro, destacando a evolução histórica da usabilidade online em campanhas eleitorais, desde suas origens até as estratégias atuais. Além disso, são analisadas as inovações normativas e o cenário da prática eleitoral na internet, sobretudo os desafios e oportunidades diante da regulação e das sanções relacionadas ao tema. Ainda, é possível que os efeitos das normativas restrinjam o direito à democracia digital? Para isso, a pesquisa foi elaborada à luz da metodologia dedutiva exploratória, estabelecendo-se a pesquisa através de artigos e legislações tratadas no contexto eleitoral. Por fim, a pesquisa corrobora a necessidade de uma regulação eficaz para garantir eleições justas e transparentes, promovendo a normalização da democracia digital e do processo eleitoral no Brasil.

ABSTRACT | *This article analyzes the implications of early elections on the internet in the current Brazilian context, highlighting the historical evolution of online usability in electoral campaigns, from its origins to current strategies. In addition, the normative innovations and the scenario of electoral practice on the internet are analyzed, especially the challenges and opportunities in the face of regulation and sanctions related to the topic. However, is it possible that the effects of the regulations restrict the right to digital democracy? For this, the research was developed in light of the exploratory deductive methodology, establishing the research through articles and legislation addressed in the electoral context. Finally, the research corroborates the need for effective regulation to ensure fair and transparent elections, promoting the normalization of digital democracy and the electoral process in Brazil.*

PALAVRAS-CHAVE | Campanhas eleitorais. Democracia digital. Sanções regulatórias.

KEYWORDS | *Digital democracy. Election campaigns. Regulatory sanctions.*

1. INTRODUÇÃO

A democratização da informação e a ascensão da rede mundial de computadores influenciaram significativamente as práticas eleitorais no Brasil. Este artigo explora como as eleições antecipadas na internet têm moldado o cenário político e a necessidade de uma regulação eficaz para garantir a integridade do processo democrático. Desde a popularização da internet, as campanhas eleitorais migraram para o ambiente virtual, onde transformaram a maneira como os candidatos se conectam com os eleitores.

Nesse contexto, é importante entender o histórico de usabilidade da internet para campanhas eleitorais, pois, nos últimos anos, o Brasil testemunhou uma transformação significativa no cenário político, impulsionada pelo avanço tecnológico e pela crescente integração da internet em todos os aspectos da vida social. Assim, a digitalização trouxe consigo uma série de mudanças nas práticas eleitorais, com campanhas políticas migrando potencialmente para o ambiente online. O debate sobre eleições antecipadas na internet e sanções regulatórias assume um papel central, trazendo reflexões sobre os desafios e oportunidades inerentes à democracia.

A democracia digital proporcionada pela internet tem sido tanto uma bênção quanto uma maldição para a política brasileira. Por um lado, a disseminação rápida e ampla de informações permite que os eleitores tenham acesso a uma gama mais diversificada de opiniões e perspectivas, com possibilidade de um debate público mais rico e plural. Por outro lado, a facilidade com que notícias falsas e desinformação podem ser propagadas levanta sérias preocupações sobre a integridade do processo democrático.

Desde o início do século XXI, observamos uma crescente utilização da internet como ferramenta de campanha eleitoral no Brasil. Candidatos de todos os espectros políticos têm explorado as redes sociais, sites de notícias e outras plataformas online para divulgar suas propostas, mobilizar apoiadores e atacar adversários. Essa tendência tem sido impulsionada pelo aumento da

conectividade e pelo crescimento exponencial do número de usuários de internet no país.

No entanto, essa mudança de paradigma também levanta uma série de questões e desafios. Como garantir a transparência e a equidade no processo eleitoral em um ambiente digital caracterizado pela proliferação de informações não verificadas e pela manipulação de dados? Como proteger a privacidade dos eleitores e prevenir a interferência externa nas eleições? Como assegurar que as regras do jogo se apliquem igualmente a todos os atores políticos, independentemente do seu poder econômico ou influência midiática?

Essas são algumas das questões que este artigo propõe abordar. Ao longo das próximas páginas, examinaremos o histórico de usabilidade da internet para campanhas eleitorais, analisaremos as inovações normativas e o cenário da internet para a prática eleitoral e discutiremos as implicações da regulação e sanções no contexto brasileiro. Ao fazer isso, esperamos contribuir para um debate informado e construtivo sobre o futuro da democracia digital no Brasil.

Por fim, é importante ressaltar que a internet não é apenas um meio para alcançar eleitores, mas também uma ferramenta poderosa para promover a participação cívica e fortalecer a *accountability* das instituições democráticas. Portanto, é fundamental que qualquer discussão sobre eleições na internet leve em consideração não apenas os desafios e dilemas, mas também as oportunidades e potenciais transformadores que essa tecnologia oferece para a construção de uma sociedade mais justa e democrática.

2. HISTÓRICO DE USABILIDADE DA INTERNET PARA REALIZAR CAMPANHAS ELEITORAIS

Desde a sua popularização, a internet tem se tornado uma ferramenta essencial nas campanhas eleitorais em todo o mundo, e o Brasil não é exceção. A trajetória do uso da internet em campanhas eleitorais no país pode

ser dividida em várias fases, cada uma marcada por avanços tecnológicos e mudanças nas estratégias de comunicação política.

A priori, a campanha eleitoral no Brasil começou a ser utilizada na *internet* em meados do ano 1998, com o então candidato à presidência Fernando Henrique Cardoso. Naquela época, o uso da *internet* era bastante limitado e restrito a *websites* simples que forneciam informações básicas sobre os candidatos, pois o alcance era pequeno devido ao tamanho e restrições da rede, sendo utilizada de forma tímida, principalmente como um complemento às mídias tradicionais.

Em 2002, a campanha de Luiz Inácio Lula da Silva marcou um avanço significativo com a criação do site "Blog do Lula", que serviu como uma plataforma para divulgar suas propostas e conectar-se com os eleitores. Ainda assim, o impacto da internet permaneceu limitado, com o principal foco ainda sendo as mídias tradicionais como televisão e rádio (RODRIGUES, 2006).

A partir de 2008, com o crescimento das redes sociais, a internet começou a ganhar um papel mais central nas campanhas eleitorais. A eleição presidencial de 2010 foi um marco importante, onde todos os candidatos principais, inclusive Dilma Rousseff e José Serra, usaram ativamente as redes sociais para engajar eleitores. As plataformas como *Facebook*, *Twitter* e *YouTube* começaram a ser utilizadas para debates ao vivo, anúncios de campanha e mobilização de voluntários.

Durante a campanha de 2014, as redes sociais tornaram-se ainda mais relevantes. A então candidata à reeleição, Dilma Rousseff, e seu oponente Aécio Neves, investiram fortemente em campanhas digitais. As redes sociais permitiram uma comunicação direta e instantânea com os eleitores, com benefícios de *feedback* imediato e maior interatividade. Nesse período, o uso de big data¹ e análise de dados começou a ser implementado, onde permitiu o aumento de campanhas mais segmentadas e personalizadas (MIGUEL, 2014).

1 Big data é a área do conhecimento que estuda como tratar, analisar e obter informações a partir de conjuntos de dados muito grandes. O termo big data surgiu em 1997, e foi inicialmente utilizado para nomear conjuntos de dados não ordenados em rápido crescimento. Fonte: Wikipédia

A eleição de 2018 representou um ponto de inflexão no uso da internet em campanhas eleitorais no Brasil. A campanha de Jair Bolsonaro utilizou extensivamente o *WhatsApp* para disseminação de mensagens, mobilização de eleitores e organização de grupos de apoio. O aplicativo se tornou uma ferramenta importante devido à sua ampla propagação com os usuários no Brasil e à possibilidade de comunicação em massa de forma rápida e eficiente. Entretanto, essa eleição também ficou marcada pelo impacto negativo das fake news. A disseminação de notícias falsas e desinformação através de redes sociais e aplicativos de mensagens teve um papel significativo na formação da opinião pública, estudos indicam que uma grande quantidade de notícias falsas foi compartilhada durante o período eleitoral, com influência na percepção dos eleitores (ALMEIDA, 2019).

Nas eleições municipais de 2020, a pandemia de COVID-19 impulsionou ainda mais o uso da internet para campanhas eleitorais, uma vez que eventos presenciais foram amplamente restringidos. Os candidatos investiram em *lives*, *webinars* e campanhas virtuais para alcançar seus eleitores. As redes sociais continuaram a ser um canal vital para a comunicação política, mas novas plataformas como *TikTok* começaram a ganhar espaço, especialmente entre os eleitores mais jovens. O próprio eleitorado mudou, com acesso à informação e aumento de pessoas nas universidades, o nível de escolaridade e instrução tem aumentado consideravelmente, além de conscientizar a sociedade para temas governamentais e políticos

Neste caso, construir reputação e adaptar o discurso à realidade local tornou-se de suma importância. Os discursos empolgantes, “jingles chicletes” e panfletos de “vote em mim”, já não são suficientes, afinal representam mais do mesmo. As mídias sociais e a internet revolucionaram estratégias políticas, passaram a adotar métodos de engajamento através da internet, principalmente nas redes sociais, de modo que utilizam anúncios segmentados e propagandas permitidas para alcançar eleitores (LEMOS, 2019).

O excesso de informações e a ascensão das redes sociais transformaram o cenário das campanhas eleitorais. O país busca se adaptar a

esse impulsionamento digital, atualizando a legislação para regulamentar o financiamento de campanhas e a propaganda política. Essas atualizações visam trazer maior transparência e equidade às eleições, uma vez que, atualmente, há práticas de obtenção de capital de iniciativas com interesses políticos por meio do financiamento via internet. Em geral, esse financiamento é feito por apoiadores individuais que realizam doações significativas através das redes sociais.

Para o futuro, espera-se que a internet continue a desempenhar um papel fundamental nas campanhas eleitorais no Brasil. O uso de inteligência artificial, realidade aumentada e outras tecnologias emergentes promete transformar ainda mais a forma como os candidatos se comunicam com os eleitores. Além disso, há uma crescente necessidade de regulamentação e políticas de controle de desinformação para garantir eleições mais transparentes e justas.

3. INOVAÇÃO NORMATIVA E CENÁRIO DA INTERNET PARA PRÁTICA ELEITORAL

A regulamentação do uso da internet em campanhas eleitorais no Brasil teve início com a Lei n.º 12.034 de 2009, que introduziu regras específicas para a propaganda eleitoral na internet. Essa legislação permitiu o uso de sites, blogs e redes sociais para campanhas, desde que respeitadas as diretrizes estabelecidas. Com o tempo, novas demandas e desafios surgiram, exigiu-se então atualização das normas eleitorais, e a legislação brasileira tem acompanhado as inovações, adaptando-se ao cenário da internet para garantir eleições justas e transparentes com análise dos desafios e as oportunidades apresentadas por esse contexto dinâmico, com base nas normas vigentes através da Constituição Federal de 1988, a Lei das Eleições (9.504/1997) e Resoluções do TSE.

Em 2017, com a promulgação da Lei n.º 13.488, houve uma reforma significativa no Código Eleitoral, cujo trato buscou adequar a legislação às

novas realidades digitais. Esta lei estabeleceu regras mais detalhadas sobre a propaganda eleitoral na internet, com a inclusão da regulamentação do impulsionamento de conteúdo pago nas redes sociais e a necessidade de transparência nas mensagens patrocinadas (BRASIL, 2017). Além disso, introduziu penalidades para a disseminação de agressões e ofensas, tal qual aplicação análoga diante de fake news e outras formas de desinformação. (Art. 57-D)

Durante as eleições municipais de 2020, o uso de tecnologias digitais foi amplamente intensificado devido à pandemia de COVID-19. Com a restrição de eventos presenciais, os candidatos recorreram às plataformas digitais para realizar suas campanhas, utilizou-se novas tecnologias para realizar lives, webinars e campanhas virtuais. Este cenário evidenciou ainda mais a necessidade de regulamentações claras e atualizadas para o uso da internet nas eleições (SILVA, 2020).

A rápida evolução das tecnologias digitais apresenta desafios contínuos para a regulamentação eleitoral. O uso de inteligência artificial e algoritmos complexos para segmentação de eleitores exige uma vigilância constante para evitar abusos e garantir que a privacidade dos dados dos eleitores seja respeitada. A implementação de novas tecnologias de monitoramento e análise de dados por parte do TSE é essencial para acompanhar essas mudanças (GOMES, 2023).

Contudo, a interseção entre inovação normativa e o cenário da internet na prática eleitoral é um campo dinâmico crucial para a evolução democrática. Com o avanço tecnológico e a crescente integração da internet em todos os aspectos da vida, inclusive na esfera política, é fundamental que as normativas se adaptem para garantir eleições justas, transparentes e seguras. Por isso, exploraremos como a inovação normativa pode moldar o cenário eleitoral na era digital.

Primeiramente, é essencial reconhecer que a inovação normativa não se limita apenas a novas leis ou regulamentos, mas também engloba a adaptação das estruturas existentes para enfrentar os desafios emergentes. No

contexto eleitoral, isso significa atualizar legislações para abordar questões, tal qual financiamento de campanhas online, propaganda eleitoral nas redes sociais e proteção contra interferências cibernéticas.

Uma das áreas mais impactadas pela inovação normativa é a segurança cibernética. Com o aumento das ameaças digitais, é imprescindível que as leis eleitorais contemplem medidas para proteger os sistemas de votação, garantir a integridade e a confiabilidade do processo eleitoral. Além disso, a regulamentação deve abordar questões de privacidade e proteção de dados dos eleitores, especialmente em um cenário onde as informações pessoais podem ser facilmente exploradas para influenciar o resultado das eleições.

Outro aspecto importante da inovação normativa é a promoção da transparência e da equidade no ambiente digital. Isso inclui regulamentações que exigem a identificação de anúncios políticos online, a divulgação de gastos de campanha e a proibição de práticas de desinformação ou manipulação de eleitores. Ao mesmo tempo, é importante ressaltar que tais regulamentos não restringe indevidamente a liberdade de expressão, onde haja um equilíbrio entre a proteção da democracia e a preservação dos direitos individuais (Art. 5º, da CF88).

No entanto, a eficácia da inovação normativa depende não apenas da elaboração de leis adequadas, mas também da sua implementação efetiva e do cumprimento rigoroso. Isso requer o envolvimento de todos os atores relevantes sejam, governos, órgãos eleitorais, partidos políticos, empresas de tecnologia e a sociedade civil. Além disso, a educação cívica desempenha um papel importante, com melhor orientação aos cidadãos a fim de compreenderem os desafios e as oportunidades do ambiente digital participativo do processo político de maneira informada e responsável.

Para enfrentar os desafios, é essencial que as normas eleitorais continuem a evoluir. A implementação de tecnologias de inteligência artificial e análise de big data pode ajudar a monitorar e identificar comportamentos suspeitos e a disseminação de informações falsas. Sendo a educação digital

dos eleitores fundamental para aumentar a conscientização sobre os riscos da desinformação e promover um ambiente eleitoral mais saudável.

No futuro, espera-se que as inovações normativas continuem a se adaptar às novas tecnologias e práticas de comunicação digital. A colaboração entre o TSE, plataformas digitais e outras entidades é essencial para garantir que as eleições no Brasil sejam conduzidas de forma transparente e segura, na criação de políticas mais rigorosas e a promoção de um ambiente digital mais ético são passos essenciais para fortalecer a democracia no país.

4. REGULAÇÃO E SANÇÕES ACERCA DO TEMA

A regulação das campanhas eleitorais é um componente fundamental para garantir a integridade, transparência e equidade do processo democrático. Ao longo dos anos, a legislação eleitoral brasileira evoluiu para acompanhar as mudanças sociais, políticas e tecnológicas, introduziu mecanismos regulatórios e sancionatórios que buscam coibir abusos e promover um ambiente eleitoral adequado de forma a garantir a participação popular e a democracia digital no país.

A Lei das Eleições (Lei n.º 9.504/1997) dispõe sobre diversos aspectos da propaganda eleitoral, onde contém os prazos permitidos para a veiculação de propaganda, as modalidades permitidas e proibidas, e as condutas vedadas aos candidatos e partidos políticos. Por exemplo, é permitida a propaganda em redes sociais e internet, desde que não se utilize de anonimato e seja identificadora como propaganda eleitoral. A lei também regula o tempo de propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão para garantir um espaço equitativo e democrático para todos os candidatos (BRASIL, 1997).

A reforma eleitoral de 2017, por meio da Lei n.º 13.488, trouxe importantes mudanças, como a regulamentação do impulsionamento de conteúdos nas redes sociais e a exigência de identificação clara do responsável pelo conteúdo patrocinado. Além disso, essa lei introduziu

mecanismos para aumentar a transparência no financiamento de campanhas com relação aos limites de doações e gastos eleitorais, de obrigatoriedade na prestação de contas detalhadas (BRASIL, 2017).

Outro aspecto importante acerca do financiamento irregular de campanhas é o impacto nas doações acima dos limites permitidos, ou provenientes de fontes vedadas, podem resultar em sanções severas, o ressarcimento e devolução dos valores recebidos irregularmente, multas e, em casos mais graves, a cassação do mandato. A prestação de contas é um requisito obrigatório, e a omissão ou falsificação de informações pode levar à rejeição das contas e aplicação de penalidades (SILVA, 2018).

O sistema eleitoral brasileiro prevê uma série de sanções para aqueles que violam as normas eleitorais, que podem variar desde multas até a cassação do registro ou diploma dos candidatos eleitos através da legislação vigente. A fiscalização sobre o uso de recursos é intensa, com a implementação de sistemas de monitoramento digital que rastreiam transações financeiras e identificam possíveis irregularidades de forma proativa. Isso é parte de um esforço maior para evitar a entrada de recursos ilícitos nas campanhas eleitorais e garantir que todas as fontes de financiamento sejam legítimas e declaradas (SILVA, 2022).

As Infrações relacionadas à propaganda eleitoral irregular, como a veiculação de propaganda fora do período permitido ou em locais proibidos, são punidas com multas que podem variar conforme a gravidade da infração. Por exemplo, a realização de propaganda eleitoral em bens públicos ou de uso comum, como postes de iluminação, pontes, e viadutos, pode resultar em multas e na obrigação de remover a propaganda irregular (TSE, 2020).

Com a disseminação de fake news e desinformação, tem-se aplicado punições severas, pois cresce a preocupação com o impacto das notícias falsas nas eleições. Diante disso, foi proposto Projeto de Lei (PL) nº 2630 de 2020, que também ficou conhecido como Lei das Fake News, com o objetivo de combater a disseminação de desinformação e conteúdos falsos nas plataformas digitais. Este projeto visa estabelecer normas para redes sociais e

serviços de mensagem privada, a fim de promover a transparência e a responsabilidade no ambiente digital.

O texto aborda diversos pontos importantes para a regulamentação do uso das plataformas online. Um dos principais aspectos é a exigência de maior transparência por parte das empresas de tecnologia, incluindo a necessidade de fornecer relatórios periódicos sobre ações de moderação de conteúdo e a atuação contra perfis falsos e conteúdos enganosos. Além disso, o projeto estipula que as plataformas devem identificar de maneira clara os conteúdos patrocinados e os responsáveis por sua criação e disseminação.

Outro ponto importante é a exigência de medidas mais rigorosas para a autenticação de usuários, como a verificação de identidade, especialmente para contas que alcançam grande número de pessoas ou tenham um impacto significativo. Isso visa dificultar a criação e o uso de perfis falsos e anônimos para a propagação de desinformação.

Também é proposto no texto a criação de um conselho de autorregulação, composto por representantes do governo, sociedade civil e empresas de tecnologia, para monitorar e avaliar a implementação das medidas previstas na lei. Este conselho teria a função de recomendar boas práticas e garantir que as ações das plataformas estejam em conformidade com as normas estabelecidas.

Apesar de suas intenções positivas, o projeto enfrenta críticas e preocupações de vários setores. Alguns argumentam que ele pode ferir a liberdade de expressão e privacidade dos usuários, ao exigir a identificação e monitoramento mais rigorosos. Há também o receio de que as medidas propostas possam ser usadas de maneira inadequada por governos ou empresas para censurar conteúdos legítimos.

O TSE implementou medidas rigorosas para combater essa prática, sobretudo no ambiente virtual, que consiste em influenciar o resultado das eleições, seu impacto e eficácia dependem de um equilíbrio delicado entre a regulamentação necessária e a preservação dos direitos fundamentais dos usuários (ALMEIDA, 2019).

A eficiência no processo eleitoral regulatório é fundamental para mitigar riscos como desinformação, ataques cibernéticos e influência indevida, que prejudica o processo democrático nas eleições, pois nas políticas de regulação eleitoral na internet tem-se exigido sanções aplicadas em casos de violação, seja através de propaganda eleitoral antecipada ou mesmo o pedido direto de votos em redes sociais, o qual existe normativa e julgamento do TSE no RESP 133-51, onde analisou um caso do pedido de votos através de um grupo de WhatsApp. A ministra Rosa Weber ponderou que, apesar do contexto restrito do grupo, a ação configura propaganda eleitoral antecipada irregular. A decisão enfatizou o equilíbrio entre a liberdade de expressão e a necessidade de observar as regras eleitorais.

Ainda, neste contexto, no Agravo em Recurso Especial Eleitoral nº 0600079-64.2020.6.17.0092, o TSE decidiu que o impulsionamento de conteúdo em redes sociais por um pré-candidato, desde que não contenha pedido explícito de voto, não configura propaganda eleitoral antecipada irregular. O caso envolveu um pré-candidato a prefeito de Garanhuns-PE que utilizou a rede social Instagram para promover sua pré-candidatura.

Atualmente, em 2024, a regulamentação da pré-campanha eleitoral na internet no Brasil é fundamentada em diversos dispositivos legais. A legislação vigente busca equilibrar a liberdade de expressão digital com a necessidade de evitar práticas prejudiciais ao processo eleitoral. Dentre os principais pontos, destacam-se a Lei nº 9.504/1997, que trata das eleições, cujo artigo 36-A estabelece regras específicas para a propaganda antecipada, aquela veiculada na internet ou fora dela. E também a Resolução nº 23.610/2019 do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), que disciplina a propaganda e detalha as normas, que abrange a pré-campanha. Assim, é fundamental observar o Art. 3º, que dita as regras da veiculação de propaganda antes do período permitido para a campanha eleitoral, sob pena de multa de acordo com o Art. 3º-A.

As redes sociais têm se tornado alvo de interesse público, em especial na regulamentação de diretrizes para marketing eleitoral, sendo necessário atentar para as regras estabelecidas pelo TSE. Assim no art 29, §5º da Resolução destaca a obrigação de identificação de conteúdos impulsionados,

com indicação do responsável e do respectivo CNPJ ou CPF, sem deixar de cumprir também as regras conforme a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais nº 13.709/2018 (LGPD).

Pensando nisso, o TSE aprovou Resolução nº 23.732/2024, que alterou a Resolução 23.610/2019 no capítulo IV, tornando-o específico para conteúdos político-eleitorais e propaganda na internet.

Segundo a norma, a propaganda eleitoral na internet será permitida a partir do dia 16 de agosto, sendo livre a manifestação de pensamento por meio da web. No entanto, poderá ser objeto de limitação se ofender a honra ou a imagem de candidatas e candidatos, caracterizados como dados sensíveis (art 5º, II, da LGPD), ou também houver ofensa aos partidos, coligações e federações partidárias, com a divulgação de fatos inverídicos.

A implementação da LGPD no contexto eleitoral apresenta vários desafios. Um dos principais é garantir que todos os atores envolvidos nas campanhas estejam cientes e em conformidade com as novas exigências legais. Isso requer um esforço conjunto entre o TSE, partidos políticos e candidatos para promover a conscientização e a capacitação sobre a proteção de dados pessoais.

Outro desafio é o combate ao uso indevido de dados pessoais para a segmentação e direcionamento de campanhas eleitorais. A prática de microtargeting², onde os eleitores são segmentados em grupos específicos para receber mensagens personalizadas, pode infringir os princípios da LGPD se realizada sem o devido consentimento e transparência. A fiscalização efetiva é de suma importância para coibir tais práticas e garantir que as campanhas eleitorais respeitem os direitos dos eleitores (SILVA, 2020).

As medidas para assegurar a conformidade das normas durante as eleições traz como destaque a Resolução n.º 23.610/2019, que disciplina as regras de uso de dados pessoais nas eleições. Esta resolução complementa a LGPD, onde especifica que o tratamento de dados pessoais por partidos e

² Consiste na utilização de dados online para adaptar mensagens publicitárias a indivíduos, com base na identificação das vulnerabilidades pessoais dos destinatários. Essas táticas podem ser usadas para promover um produto ou um candidato político. Fonte: Wikipedia

candidatos deve ser tratado de acordo com as regras vigentes e que qualquer violação pode resultar em sanções (TSE, 2020).

As sanções por descumprimento da LGPD incluem desde advertências e multas até a suspensão parcial do funcionamento do banco de dados relacionado ao tratamento de dados pessoais. Em casos graves, pode haver a proibição de exercer atividades relacionadas ao tratamento de dados (BRASIL, 2018).

Ainda acerca do Capítulo IV da Resolução 23.610/2019, onde discrimina as orientações a serem seguidas pelos provedores de internet e seus usuários, cuja responsabilidade também consta no Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014) no art. 19, de forma objetiva, quando os atos praticados pelos agentes públicos resultam em prejuízos ou danos a terceiros, mesmo sem culpa – ou subjetiva, quando basta demonstrar o dano provocado pelo agente do Estado, e o nexo causal. Assim, os provedores devem seguir as regras vigentes dos serviços de mensagens privadas, disponibilizar meios para denúncias de irregularidades e contribuir para a fiscalização do processo.

No que tange às sanções, serão aplicadas de cunho proporcional através de advertências, multas e penalidades a depender da gravidade no caso prático. O não cumprimento pode acarretar a cassação do registro da candidatura.

No que diz respeito a pré-campanha eleitoral na internet, o Brasil em 2024 está amparada em dispositivos legais que visam preservar a lisura do processo eleitoral, onde garante a igualdade entre os candidatos e a transparência na divulgação de informações para proporcionar ambiente participativo na democracia digital.

5. CONCLUSÃO

A pesquisa destaca a importância de regulamentar as eleições antecipadas na internet no Brasil. A eficácia das normativas e sanções é crucial

para assegurar a legitimidade do processo democrático na sociedade. Consideramos os resultados da pesquisa como base para futuras discussões sobre a normalização da democracia digital, que devem promover a transparência e confiabilidade.

O avanço tecnológico trouxe consigo mudanças significativas no cenário político, especialmente no que diz respeito às eleições. No Brasil, as campanhas eleitorais na internet tornaram-se uma ferramenta indispensável para candidatos que buscam alcançar um público cada vez mais conectado e engajado. No entanto, essa nova realidade também traz desafios, como a disseminação de informações falsas, ataques cibernéticos e manipulação de dados.

Ao longo deste estudo, exploramos o histórico de usabilidade da internet para campanhas eleitorais, desde os seus primórdios até as estratégias avançadas adotadas atualmente. Também analisamos as inovações normativas e o cenário web para a prática eleitoral, em destaque, a necessidade de uma legislação atualizada e adaptada à era digital.

A regulação eficaz é fundamental para garantir a integridade do processo eleitoral. As políticas regulatórias devem ser capazes de combater a desinformação, proteger os dados dos eleitores e garantir a transparência e a equidade. Além disso, é importante que haja sanções claras e efetivas para aqueles que violarem as normas estabelecidas.

Nesse sentido, é fundamental que o Estado, em conjunto com a sociedade civil e as empresas de tecnologia, trabalhe para desenvolver e implementar políticas e mecanismos regulatórios que promovam a democracia digital. A transparência e a participação pública são essenciais nesse processo para assegurar que as decisões tomadas estejam alinhadas com os interesses da população.

Em última análise, a normalização da democracia digital é um desafio complexo, que exigirá o engajamento de diversos atores e a adoção de abordagens multidisciplinares. No entanto, é um objetivo que vale a pena perseguir, pois está intrinsecamente ligado ao direito do voto e ao

fortalecimento das instituições democráticas. Ao enfrentar os desafios apresentados pela era digital com determinação e colaboração, podemos garantir que a internet continue sendo um espaço para a expressão livre e o debate participativo-democrático.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Ronaldo. "**Fake News e Eleições no Brasil: Um Estudo de Caso das Eleições Presidenciais de 2018.**" Revista Brasileira de Ciência Política, n. 30, p. 23-49, 2019.

BRASIL. **Constituição (1988)**. Constituição [da] República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm Acesso em: 26 mai. 2024.

BRASIL. **Lei n.º 13.488**, de 6 de outubro de 2017. Altera as Leis n.º 9.504, de 30 de setembro de 1997, e n.º 9.096, de 19 de setembro de 1995, para dispor sobre propaganda partidária e propaganda eleitoral. Brasília, 2017. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/l13488.htm Acesso em 26 mai. 2024

BRASIL. **Lei nº 12.965**, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm Acesso em: 26 mai. 2024.

BRASIL. **Lei nº 13.709**, de 14 de agosto de 2018. Estabelece a proteção de dados pessoais no Brasil. Brasília. 2018. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm Acesso em: 26 mai. 2024.

BRASIL. **Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997**. Diário oficial [da] União. Brasília, DF: 1997a. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9504.htm. Acesso em: 26 mai. 2024.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução no 23.732**, de 27 de fevereiro de 2024. Diário Oficial [da] Justiça Eleitoral. Brasília, DF: 2024. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2024/resolucao-no-23-732-de-27-de-fevereiro-de-2024> Acesso em: 25 mai. 2024.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução no 23.610**, de 18 de dezembro de 2019. Diário Oficial [da] Justiça Eleitoral. Brasília, DF: 2019. Disponível em:

<http://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-de-dezembro-de-2019> Acesso em: 26 mai. 2024.

GOMES, Clara. "**Tecnologia e Regulação Eleitoral: Desafios e Oportunidades.**" *Jornal de Direito Eleitoral*, v. 24, n. 1, p. 78-95, 2023.

LEMOS, Eduardo Meireles de Souza. **Marketing político e mídias digitais: um estudo sobre a influência das redes sociais na política brasileira.** 2019. 66 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração)— Universidade de Brasília, Brasília, 2019.

MIGUEL, Luis Felipe. "**Eleições 2014: Um Novo Patamar para o Uso das Redes Sociais.**" *Comunicação & Política*, v. 31, n. 1, p. 87-105, 2014.

RODRIGUES, Carlos. "**A Internet e as Eleições: O Caso das Eleições Presidenciais no Brasil.**" *Revista de Sociologia e Política*, n. 26, p. 101-120, 2006.

SILVA, D. (2021). "**Desafios Regulatórios para Eleições na Internet.**" Palestra apresentada no Seminário Nacional de Direito Eleitoral, Brasília, DF.

SILVA, Sandro Pereira. **Accountability e Democracia: Dimensões Analíticas, Estratégias e Limites para contexto Latinoamericano.** *Perspectivas em Políticas Públicas, [S. l.]*, v. 12, n. 24, p. 37–74, 2020. Disponível em: <https://revista.uemg.br/index.php/revistappp/article/view/2275>. Acesso em: 26 maio. 2024.

SILVA, José. "**A Pandemia de COVID-19 e o Uso da Internet nas Campanhas Eleitorais de 2020.**" *Revista de Direito Eleitoral*, v. 18, n. 2, p. 134-156, 2020.

SILVA, José. "**Financiamento de Campanhas e Prestação de Contas: Desafios e Perspectivas.**" *Revista de Direito Eleitoral*, v. 18, n. 2, p. 134-156, 2018.

SILVA, José. "**Desafios da LGPD no Contexto Eleitoral.**" *Revista de Direito Eleitoral*, v. 20, n. 1, p. 56-78, 2020.

SILVA, José. "**Transparência e Financiamento de Campanhas: Novas Regras para 2024.**" *Revista de Direito Eleitoral*, v. 21, n. 2, p. 98-115, 2022.

SUBMETIDO | *SUBMITTED* | *SOMETIDO* | 07/06/2024
APROVADO | *APPROVED* | *APROBADO* | 18/07/2024

REVISÃO DE LÍNGUA | *LANGUAGE REVIEW* | *REVISIÓN DE LENGUAJE*

Rita de Cássia Moreira da Silva

SOBRE O AUTOR | *ABOUT THE AUTHOR* | *SOBRE EL AUTOR*

GLEDSON PRIMO GOMES

Centro Universitário de João Pessoa, João Pessoa, Paraíba, Brasil.

Pós-Graduando em Direito Digital pela Faculdade Legale. Especialista em Direito da Seguridade Social pela Faculdade Legale. Bacharel em Direito pelo Centro Universitário de João Pessoa. Pesquisador Bolsista da Fundação de Apoio à Pesquisa do Estado da Paraíba. E-mail: gprimogomes@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1955-0654>.

