

JOÃO VICTOR  
**ROZATTI LONGHI**

AURINEY  
**BRITO**

MATTHÄUS MARÇAL  
**PAVANINI CARDOSO**

SAMUEL  
**FALAVINHA**

SEGUNDA  
EDIÇÃO

**PROPAGANDA  
ELEITORAL  
NA INTERNET**

# SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	XI
1. CONTEXTUALIZAÇÃO: INTERNET E REDES SOCIAIS SOB A ÓTICA RESPONSABILIDADE JURÍDICA.....	1
1.1 A regulamentação jurídica da internet.....	2
1.1.1 <i>Cyberanarchy</i> .....	3
1.1.2 Espaço virtual e as estruturas da rede.....	4
1.1.3 Direito Internacional.....	6
1.1.4 Regulamentação estatal.....	8
1.1.5 A opção legislativa brasileira: o Marco Civil da Internet em princípios, fundamentos e aspectos estruturais.....	12
1.1.6 LGPD – A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei 13.709/2018).....	23
1.2 REDES SOCIAIS: <i>QUID JURIS?</i> .....	25
1.2.1 Conceito e funcionamento.....	26
1.2.2 Regime jurídico.....	30
1.2.3 Responsabilidade civil nas redes sociais.....	34
1.2.4 Perfis falsos e outros conteúdos tóxicos nas redes sociais.....	37
1.3 Análise crítica do regime de responsabilidade civil por conteúdo inserido por terceiros no Marco Civil da Internet e uma sugestão para a ponderação entre liberdade de expressão e bens da personalidade.....	45
1.3.1 Provedor de conexão à Internet.....	46
1.3.2 Provedor de aplicações de Internet.....	48
1.3.2.1 Notificação judicial.....	49
1.3.2.2 Necessidade de indicação da URL para bloqueio do conteúdo.....	52
1.3.2.3 Abuso e superproteção da liberdade de expressão: o caso do <i>hate speech</i> e outros conteúdos potencialmente perigosos...	53

1.3.2.4	Regras distintas ao provedor que exerce atividade empresarial organizada.....	59
1.4	Abordagem conclusiva.....	62
2.	PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET .....	65
2.1	Conceitos .....	65
2.1.1	Propaganda eleitoral.....	66
2.1.2	Promoção pessoal vs. propaganda eleitoral.....	67
2.1.3	Propaganda subliminar vs. propaganda eleitoral.....	68
2.1.4	Programa partidário e promoção de candidato.....	69
2.1.5	Propaganda Eleitoral extemporânea e antecipada.....	69
2.1.6	Propaganda eleitoral negativa e direito de resposta .....	70
2.1.6.1	Críticas ao sistema público de saúde em rede social: liberdade de expressão e poder de crítica .....	72
2.1.6.2	Conteúdo controverso e a necessidade de que o conteúdo seja sabidamente inverídico .....	73
2.1.6.3	Meme (montagem) contendo foto de candidato com frase “Mais quatro anos, ninguém aguenta!” .....	74
2.1.6.4	Vídeo no Youtube e a liberdade de expressão .....	74
2.2	Propaganda eleitoral na internet na Lei 9.504/97 com alterações e Resolução TSE 23.610/2019 atualizada pela Resolução 23.723/2024.....	77
2.2.1	Quadro comparativo Lei eleitoral vs. Resolução TSE .....	78
2.2.2	Propaganda eleitoral antecipada na Internet (Art. 57-A).....	103
2.2.2.1	Vídeo na Internet com participação em evento em que declara que “somente elegendo” determinado candidato.....	105
2.2.2.2	Propaganda eleitoral antecipada negativa por meio de redes sociais .....	105
2.2.2.3	Veiculação de vídeos com utilização de “palavras mágicas” .....	106
2.2.3	Hipóteses legais que não configuram propaganda eleitoral antecipada (Art. 36-A).....	107
2.2.3.1	Entrevistas, programas, encontros ou debates no rádio, na televisão e na Internet.....	107
2.2.3.2	Envio de mensagens em datas comemorativas .....	109
2.2.3.3	Propaganda na Internet antes das convenções partidárias... ..	110
2.2.4	Formas autorizada de propaganda eleitoral na Internet (Art. 57-B) .	110

2.2.4.1	Propaganda no site do candidato, partido ou coligação (art. 57-B, I e II) .....	110
2.2.4.2	Propaganda através de mensagens eletrônicas (Art. 57-B, III) ....	111
2.2.4.2.1	Mensagens por SMS ( <i>Short Message Service</i> ) .....	112
2.2.4.3	Propaganda através de blogs, redes sociais, “chats” e outros (Art. 57-B, IV) .....	113
2.2.4.3.1	Propaganda antecipada no X.....	114
2.2.4.3.2	Mensagens em sites de redes sociais de eleitores elogiando o atual prefeito/chefe do executivo ...	115
2.2.5	Vedações legais expressas a determinadas formas de propaganda eleitoral na Internet (art. 57-C) .....	115
2.2.5.1	Propaganda paga (art. 57-C, <i>caput</i> ).....	116
2.2.5.2	Propaganda paga por equiparação: veiculação onerosa ou gratuita à propaganda eleitoral na Internet (art. 57-C, § 1º)	119
2.2.5.2.1	Sites de pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos .....	120
2.2.5.2.1.1	Sites de pessoas famosas.....	122
2.2.5.2.2	Propaganda em sites de pessoas jurídicas, oficiais ou da administração pública .....	122
2.2.5.2.2.1	Curtidas por conta pessoa jurídica em rede social ao perfil oficial do candidato .....	124
2.2.5.2.2.2	Impulsioneamento por terceiro.....	125
2.2.6	Vedação ao anonimato (art. 57-D) .....	126
2.2.6.1	Perfil falso criado e administrado do comitê de campanha da coligação adversária: IP do local da infração.....	128
2.2.6.2	Determinação de retirada do ar de perfil anônimo “Acorda, [cidade]” .....	128
2.2.6.3	Desnecessidade de esgotamento da via administrativa para a retirada de perfil falso do ar no X.....	129
2.2.6.4	Legitimidade passiva da representação eleitoral para retirada de conteúdo: autor e responsável por manutenção do conteúdo indevido. ....	129
2.2.6.5	Vídeos anônimos no Youtube.....	130
2.2.6.6	Vedação à interpretação analógica do art. 57-D a condutas que não se trate de anonimato.....	132

2.2.7	Cadastrros eletrônicos (art. 57-E) e o dever de propiciar o descadastramento do eleitor (art. 57-G) .....	133
2.2.8	Retirada de conteúdo na Lei Eleitoral (art. 57-F).....	134
2.2.8.1	Incidência de multa administrativa ao provedor.....	135
2.2.8.2	Retirada de conteúdo e indicação expressa da URL .....	136
2.2.9	Requerimento de suspensão dos <i>sites</i> por descumprimento da lei (art. 57-I).....	137
2.2.10	Evolução tecnológica e a regulamentação direta pelo TSE (art. 57-J) .....	138
3.	OUTROS TEMAS PROBLEMÁTICOS SOBRE DIREITO ELEITORAL E INTERNET .....	141
3.1	Disseminação de conteúdo falso por meio de redes sociais .....	141
3.2	Realização de <i>lives</i> com cunho eleitoreiro nas dependências de bens públicos e a desigualdade entre candidatos.....	142
3.3	Debates políticos através da internet.....	146
3.3.1	Autorização e forma de realização.....	147
3.3.2	Doações de campanha através da Internet .....	148
3.3.2.1	Forma de realização e limites .....	150
3.3.3	Autorização e forma de realização.....	152
3.3.4	Candidato de partido sem representação na Câmara.....	153
3.3.5	Tratamento diferenciado em debate.....	153
3.3.6	Debates da Internet antes de 16 de agosto.....	154
3.4	Da reprodução virtual das páginas do jornal impresso .....	154
4.	PERSPECTIVAS E REFLEXÕES PARA 2024.....	155
4.1	O uso de inteligência artificial .....	155
4.2	O uso de <i>bots</i> e a os disparos em massa.....	157
4.3	Resolução para as eleições de 2024 (Resolução 23.732/2024) .....	162
5.	DAS POSSÍVEIS OCORRÊNCIAS CRIMINAIS NA PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET .....	175
5.1	Introdução sobre possibilidade de enquadramento criminal da propaganda eleitoral na internet .....	175
5.2	Da necessidade de diferenciação entre infração eleitoral e crime eleitoral.....	177

5.3	Dos tipos penais em espécie e seu enquadramento quando cometidos durante a propaganda eleitoral na internet.....	179
5.3.1	Divulgação de fato sabidamente inverídico .....	180
5.3.2	Dos crimes contra a honra .....	182
5.3.2.1	Da calúnia no âmbito eleitoral.....	182
5.3.2.2	Da difamação no âmbito eleitoral.....	183
5.3.2.3	Da injúria no âmbito eleitoral .....	184
5.3.3	Do § 3º, do art. 326-A, do Código Eleitoral – Propagação de <i>fake news</i> .....	185
5.3.4	Inutilizar propaganda eleitoral.....	186
5.3.5	Dos agravamentos e aumentos de pena.....	186
5.4	Processo penal de ataque .....	187
5.4.1	Representação eleitoral diretamente ao juízo. Art. 356, do Código Eleitoral.....	188
5.5	Outras peculiaridades procedimentais do processo penal eleitoral.....	189
	REFERÊNCIAS .....	191