

**CENTRO DE EDUCAÇÃO SUPERIOR REINALDO RAMOS – CESREI
FACULDADE REINALDO RAMOS – FARR
CURSO DE BACHARELADO EM DIREITO**

ISA ALISSANA LINS DA COSTA

LIMITAÇÕES À PROPAGANDA ELEITORAL EM TEMPOS DE PANDEMIA

Campina Grande- PB
2021

ISA ALISSANA LINS DA COSTA

LIMITAÇÕES À PROPAGANDA ELEITORAL EM TEMPOS DE PANDEMIA

Trabalho Monográfico apresentado à
Coordenação do Curso de Direito da
Faculdade Reinaldo Ramos – FARR,
como requisito parcial para a obtenção do
grau de Bacharel em Direito.

Orientador: Prof. Me. Rodrigo Araújo Reul

Campina Grande – PB
2021

C8371 Costa, Isa Alissana Lins da.
Limitações à propaganda eleitoral em tempos de pandemia / Isa Alissana Lins da Costa. – Campina Grande, 2021.
49 f.

Monografia (Bacharelado em Direito) – Faculdade Reinaldo Ramos-FAAR, Centro de Educação Superior Reinaldo Ramos-CESREI, 2021.
"Orientação: Prof. Me. Rodrigo Araújo Reül".

1. Direito Eleitoral. 2. Eleições. 3. Internet. 4. Propaganda. I. Reül, Rodrigo Araújo. II. Título.

CDU 342.8(043)

ISA ALISSANA LINS DA COSTA

LIMITAÇÕES À PROPAGANDA ELEITORAL EM TEMPOS DE PANDEMIA

Aprovado em: _____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Me. Rodrigo Araújo Reul
Faculdade Reinaldo Ramos - FARR
Orientador

Prof. Me. Rodrigo Silveira Rabello de Azevedo
Faculdade Reinaldo Ramos - FARR
1º Examinador

Profa. Dr^a. Cosma Ribeiro de Almeida
Faculdade Reinaldo Ramos - FARR
2º Examinador

Dedico este trabalho à minha família e a todos que
me apoiaram nessa jornada.

AGRADECIMENTOS

Meus mais sinceros agradecimentos são a todos aqueles que me apoiaram nessa jornada.

“A imaginação tem todos os poderes: ela faz a
beleza, a justiça, e a felicidade, que são os maiores
poderes do mundo.”

Blaise Pascal

RESUMO

O estudo consiste em analisar algumas das limitações que ocorreram nas propagandas eleitorais em tempos de pandemia, levando-se em consideração o isolamento social, e o que diz respeito à propaganda de rua e a realizada em ambiente virtual, a qual foi introduzida pela Lei nº 12.034/2009. Para tanto, realizou-se uma pesquisa bibliográfica, e no primeiro capítulo apresentou-se aspectos gerais sobre o Direito Eleitoral; já no segundo capítulo, adentrou-se para as propagandas eleitorais, e no terceiro capítulo foram apresentadas algumas das limitações ocorridas sob a perspectiva da propaganda eleitoral, que podem ser consideradas positivas, tendo em vista as eleições de 2020. Pelo método dedutivo-lógico, verificou-se que, essa nova maneira para a propaganda eleitoral em ambiente virtual propiciou uma maior conexão dos políticos com o eleitorado, mas apenas com o que conta com acesso à internet, e que ainda há situações que devem ser combatidas no processo eleitoral, como a desinformação e a disseminação de notícias falsas, as quais podem prejudicar a democracia. Dos autores considerados indispensáveis, destaca-se Norberto Bobbio (2006), Patrick Charaudeau (2013; 2016; 2017), Luiz Fux (2018), além de tantos outros importantes para esse debate, como também a legislação eleitoral, a Lei nº 9.504 de 1997.

Palavras-chave: Direito Eleitoral. Eleições. Internet. Propaganda.

ABSTRACT

The study consists of analyzing some of the limitations that occurred in electoral advertising in times of pandemic, taking into account social isolation, and what concerns street advertising and that carried out in a virtual environment, which was introduced by Law no. 12,034/2009. For that, a bibliographical research was carried out, and in the first chapter general aspects about the Electoral Law were presented; in the second chapter, we went into electoral advertising, and in the third chapter some of the limitations that occurred from the perspective of electoral advertising were presented, which can be considered positive, in view of the 2020 elections. By the deductive-logical method, it was found that this new way for electoral advertising in a virtual environment provided a greater connection between politicians and the electorate, but only with those who have access to the internet, and that there are still situations that must be tackled in the electoral process, such as disinformation and the spread of false news, which can harm democracy. Among the authors considered indispensable, stand out Norberto Bobbio (2006), Patrick Charaudeau (2013; 2016; 2017), Luiz Fux (2018), in addition to many others important to this debate, as well as electoral legislation, Law No. 9,504 of 1997.

Keywords: Electoral Law. Elections. Internet. Advertising.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1 DIREITO ELEITORAL	15
1.1 Democracia.....	16
1.2 Voto direto, secreto, universal e periódico.....	18
2 PROPAGANDA ELEITORAL	24
2.1 Propaganda eleitoral na internet	26
2.2 Desinformação e notícias falsas no processo eleitoral.....	32
3 LIMITAÇÕES À PROPAGANDA ELEITORAL NA PANDEMIA.....	39
3.1 Promoção da candidatura nas redes sociais	40
3.2 Vedação a macula da imagem de adversários políticos	42
3.3 Combate às notícias falsas	43
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	47
REFERÊNCIAS	49

INTRODUÇÃO

A democracia deve representar para uma sociedade um valor fundamental, uma vez que é através dela que é possível participar da vida social, seja através de atitudes cidadãs ou mediante a participação no processo político, momento em que ocorrem as eleições para a escolha de representantes.

A participação popular deve ocorrer através de um direito, qual seja o sufrágio, o qual é exercido pelo direito de voto, que tem guarida constitucional e fornece ao cidadão a possibilidade de escolher os seus representantes de acordo com a sua liberdade ideológica.

Em todas as sociedades existem ramos do Direito que disciplinam determinadas situações sociais, como a propósito a escolha de representantes e como se dará o processo eleitoral, qual seja por meio das eleições.

É neste sentido que o Direito Eleitoral vem a disciplinar a organização das eleições, o que inclui a escolha dos representantes, os partidos, a propaganda e os sistemas eleitorais.

Para tanto, nesse estudo atentou-se para a análise acerca da propaganda eleitoral em tempos de pandemia, tem como foco as eleições de 2020, no qual havia um cenário de isolamento social e que foi possível se reinventar na hora de se apresentar ao eleitorado, bem como as propostas de governo.

Com a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, a Lei das Eleições, na propaganda eleitoral era permitida as mais variadas estratégias para conquistar o voto do povo, como a utilização de outdoor, o showmício, os bonecos, os cavaletes, as placas. Entretanto, toda essa liberdade de propaganda com o passar dos anos começou a ser limitada.

Com a Lei nº 12.034/2009 as campanhas políticas ganharam espaço na internet, o que hoje vem sendo de valia para os políticos, principalmente em razão da pandemia do novo coronavírus.

Então, se pretende com esse estudo compreender quais são as limitações à propaganda eleitoral em razão da pandemia, e como as campanhas nas eleições de 2020 funcionaram em ambiente virtual, e os ônus que disso decorre como a desinformação e as notícias falsas.

No primeiro capítulo aborda sobre o Direito Eleitoral, aspectos gerais, posteriormente, sobre a democracia, o direito ao sufrágio. No segundo capítulo será apresentada sobre a propaganda eleitoral de um modo abrangente, e a via internet, principalmente durante a pandemia. E no último capítulo destaca as limitações provocadas na propaganda eleitoral em tempos de pandemia.

Essa pesquisa é de relevância social e jurídica, uma vez que traz uma abordagem acerca das propagandas eleitorais em ambiente virtual e quais as limitações ocorridas em razão da pandemia, o que ocasionou um maior uso das redes sociais por candidatos para ter contato com os cidadãos e apresentar suas propostas de governo.

A democracia consiste em um valor fundamental para manter um Estado de Direito, qual seja o pautado na lei que seja obedecida não só pelos cidadãos, mas também pelos governantes que são escolhidos pelo povo, através do voto, o qual é um exercício de um direito fundamental, o sufrágio.

As eleições são o momento em se tomar decisões importantes na democracia, qual seja escolher candidatos para representar interesses socioeconômicos e estabelecer planos de governo que sejam condizentes com as realidades da população.

Entretanto, alguns problemas podem prejudicar a escolha consciente e cidadão, quais sejam a desinformação e as notícias falsas, verdadeiras maculas para a democracia, as quais devem ser combatidas pela sociedade, pelas instituições democráticas e também pelos próprios políticos.

Com a pandemia provocada pelo coronavírus ficou mais comum entre os políticos o uso das redes sociais para a promoção das candidaturas e apresentação dos planos de governo. Todavia, quando surgem bônus também há ônus, quais sejam a disseminação de informações incoerentes e notícias falsas que tendem a prejudicar os pleitos eleitorais.

Diante do exposto, o presente trabalho tem por objetivo geral analisar as eleições municipais de 2020 durante o período de pandemia, sob a perspectiva positiva das limitações nas propagandas eleitorais.

Os objetivos específicos são: 1) descrever sobre o direito eleitoral, a democracia e o voto; 2) abordar sobre a propaganda eleitoral sob a perspectiva virtual e a desinformação e notícias falsas; e 3) citar quais são as limitações positivas para o pleito eleitoral e que devem ser fortalecidas.

O presente estudo está formulado nessa perspectiva. Para tanto, o estudo consistiu em uma pesquisa bibliográfica, em que foram selecionados autores relevantes para a pesquisa, em uma abordagem acerca da democracia, do voto, das eleições, da desinformação, das notícias falsas e da propaganda eleitoral na internet, pontos considerados importantes para o desenvolvimento desse trabalho.

Dos autores considerados indispensáveis, destaca-se Norberto Bobbio (2006), Patrick Charaudeau (2013; 2016; 2017), Luiz Fux (2018), além de tantos outros importantes para esse debate, como também a legislação eleitoral, a Lei nº 9.504 de 1997.

1 DIREITO ELEITORAL

O Direito é uma criação humana que visa gerir a vida em sociedade. O homem para ter garantida a sua sobrevivência percebeu que se organizar socialmente e criar normas de condutas seriam mais fáceis para se preservar.

É nesse sentido que as organizações sociais foram estruturadas, com uma visão de hierarquização e formação de estruturas capazes de manter a ordem e a conservação da vida humana, através do Estado que é formado por “(...) um povo situado em determinado território e sujeito a um governo. Nesse conceito, podem ser destacados três elementos: povo, território e governo” (CARVALHO, 2017, p.35).

Os ramos do Direito são orientados para disciplinarem os setores da vida humana, cada qual com uma importância para a sociedade, como o Direito Constitucional que gere as normas voltadas à organização do Estado.

O Estado é uma instituição política, social e jurídica, de personalidade jurídica própria de Direito Público, submetida às normas estipuladas pela Constituição escrita e dirigida por um governo que possui soberania interna e externa (CARVALHO, 2017).

Com a elaboração da entidade estatal se percebeu a necessidade de se ter representantes para o povo, capaz de elaboração leis, de administração e de julgamentos, o que dá ideia a tripartição dos poderes nos Estados modernos.

Os poderes Legislativo, Executivo e Judiciário desempenham papéis fundamentais em um Estado de Direito, uma vez que cada qual apresenta funções típicas e atípicas que permitem um equilíbrio institucional.

O Brasil adotou a clássica teoria de tripartição de funções do Estado, organizada por Montesquieu, sendo essas funções divididas entre poderes devidamente organizados. Nesse sentido, na Constituição Federal, em seu art. 2º, fica definido o funcionamento de três poderes: o Legislativo, o Executivo e o Judiciário, sendo que tais poderes são independentes e harmônicos entre si (CARVALHO, 2017, p.34)

Feitas essas breves considerações agora se situa em abordar sobre o Direito eleitoral e a sua importância para o funcionamento do sistema político.

O Direito Eleitoral é um dos ramos do Direito Público, e está destinado a estudar o processo de escolha de representantes para a ocupação de cargos

eletivos, que representarão na esfera do Poder Executivo e do Poder Legislativo, o que inclui também o estudo dos sistemas eleitorais e sua legislação.

O Direito Eleitoral é o ramo do Direito Público que tem por escopo normatizar o exercício da soberania popular, representando, em resumo, o ramo jurídico e autônomo, que busca a conversão da vontade dos cidadãos em governantes legítimos, através da constituição de regras que permitem a escolha dos representantes de forma transparente e conforme os ditames da coletividade, efetivando o exercício da democracia (DE ALMEIDA et al, 2020, p.397).

Assim como qualquer coisa, o Direito também apresenta fontes, um meio de onde surge, e as do Direito Eleitoral são: a Constituição Federal, o Código Eleitoral, a Lei das Eleições, a Lei das Inelegibilidades, a Lei Orgânica dos Partidos Políticos, as consultas, as resoluções do Tribunal Superior Eleitoral, a jurisprudência, os costumes, a doutrina, os princípios gerais de Direito e a equidade.

É nesse sentido que o Direito eleitoral disciplina as eleições, para que o processo eleitoral ocorra de modo adequado e de maneira a observar o que está disposto em lei como garantia da democracia.

As eleições representam um momento importante da democracia, em que os cidadãos terão a possibilidade de escolher quem irá representar por um determinado lapso temporal.

É neste sentido que a escolha do representante deve estar pautada em critérios que atendam aos interesses sociais e que as propostas apresentadas sejam realizáveis e condizentes com as necessidades econômicas e sociais.

Nesse sentido, passa-se a discutir sobre a democracia, a qual representa a possibilidade de participar popular, como também de disputa pelo poder político, o que é importante quando há uma pluralidade de ideologias e nomes apresentados aos cidadãos, para que esses possam fazer a sua escolha política.

1.1 Democracia

A democracia deve representar para o povo um dos fundamentos para os Estados de Direito, uma vez que traz a possibilidade de o cidadão participar ativamente das decisões políticas, as quais lhe devem interessar e que gerem a vida social.

É comum que popularmente no Brasil se associe a figura do político à corrupção, o que pode gerar fragilidade nas instituições democráticas, tendo em vista que provoca um afastamento popular, o que agrava mais ainda as crises políticas, econômicas e sociais.

O real sentido da democracia é quando os cidadãos participam das decisões políticas dos governantes, através de canais que lhe possibilitam um maior envolvimento com questões de interesse social.

A democracia não pode prescindir de uma classe política proba e comprometida com os anseios sociais. E uma autêntica democracia deve, igualmente, estimular a participação dos cidadãos, que relevantes no processo eleitoral (FUX, 2018).

A ideia de democracia se remota à Grécia Antiga e tem alguns pensadores de destaque, como Aristóteles e Platão. Assim, de acordo com Campos e Miranda (2005, p. 62): “Tanto o pensamento político sistemático quanto a política democrática tem origem na Grécia. Lá, pela primeira vez, discutiram-se os méritos das várias formas de governo. É à Grécia que remontam as ideias de cidadania e igualdade perante a lei”.

“(…) A democracia é o governo de muitos, dos mais, da maioria (...)” (BOBBIO, 2006, p. 31). Nesse sentido, a democracia é classificada em direta, em representativa e em semidireta ou participativa.

Na democracia direta, o povo exerce por si o poder, sem intermédio, sem representantes, os quais estão envolvidos com as pautas sociais de modo direto, decidindo por conta própria os interesses de bem comum. De acordo com Benevides (1994) “a democracia do governo do povo pelo povo deve continuar a admitir formas de democracia direta, mesmo à custa de imenso esforço de educação política dos cidadãos”.

Na representativa, o povo soberano elege representantes para que, em nome deles e para eles, governem o país. Isso deve ocorrer em sociedades em que há uma pluralidade ideológica, a qual é necessária ter uma diversidade de representantes para grupos sociais distintos.

Segundo HELD (1987) Weber defendia um modelo de democracia representativo fundamentado especialmente na seleção de líderes qualificados e competentes para o exercício da política. Schumpeter define a democracia como um

método político que possibilita ao cidadão o exercício do direito ao voto, ou seja, de escolher periodicamente representantes e governos para agirem em seu benefício.

A democracia semidireta ou participativa que possibilita a participação direta e um controle da sociedade sobre os atos dos governantes. Nesse modelo o povo pode atuar decidindo e fazendo uma análise sobre a atuação dos seus representantes. Segundo Bonavides (2003) “de todos os institutos da democracia semidireta o que mais atende às exigências populares de participação positiva nos atos legislativos é talvez a iniciativa”.

Participação política é geralmente usada para designar uma variada série de atividades: o ato do voto, a militância num partido político, a participação em manifestações, a contribuição para uma certa agremiação política, a discussão de acontecimentos políticos, a participação num comício ou numa reunião de seção, o apoio a um determinado candidato no decorrer da campanha eleitoral, a pressão exercida sobre um dirigente político, a difusão de informações políticas e por aí além. E fácil de ver que um tal uso da expressão reflete praxes, orientações e processos típicos das democracias ocidentais (BOBBIO; MATTEUCCI; PASQUINO, 2003, p. 888).

Nos últimos anos no Brasil se vem reforçando a ideia de participação popular, principalmente após a promulgação da Constituição Federal de 1988, a qual instaurou uma ordem constitucional baseada em uma democracia semidireta, ou seja, que envolve uma forte participação do povo seja indiretamente ou diretamente.

A democracia não deve ser pensada apenas como a possibilidade jurídica de exercer o voto durante as eleições, mas também de estar participando ativamente das questões que envolvem a economia, o meio ambiente e a própria política, o que deve ocorrer paulatinamente na vida de um cidadão.

Agora passa a abordar o voto direto, secreto, universal e periódico, um modo de exercer o direito ao sufrágio, um direito fundamental e uma cláusula pétrea importante para o Estado de Direito.

1.2 Voto direto, secreto, universal e periódico

O sufrágio é um direito estabelecido constitucionalmente, o que está disposto no artigo 14 da Constituição Federal, que será exercido pelo voto direto, secreto, universal e periódico.

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. § 1º O alistamento eleitoral e o voto são: I - obrigatórios para os maiores de dezoito anos; II - facultativos para: a) os analfabetos; b) os maiores de setenta anos; c) os maiores de dezesseis e menores de dezoito anos. § 2º Não podem alistar-se como eleitores os estrangeiros e, durante o período do serviço militar obrigatório, os conscritos (BRASIL, 1988).

O poder soberano no Estado brasileiro decorre da soberania popular, assim, “todo o poder emana do povo”, os cidadãos são os titulares e, pois, atuam pelo voto, como também outras formas de participação cidadão, quais sejam o plebiscito, o referendo e a iniciativa popular, além de outras maneiras de participar da vida política.

Esse poder emanado do povo não o deixa de ser dele, mas apenas transfere-se a possibilidade de representação do poder, que é “[...] a situação que permite a alguém decidir mudar alguma coisa na ordem do mundo, agindo sobre outro ou sobre um grupo. Agir sobre o outro quer dizer: ter a possibilidade de submeter o outro, por algum modo” (CHARAUDEAU, 2016, p. 14).

A disputa pelo poder político é natural, mas quando passa a desconsiderar a existência de uma pluralidade ideológica e tenta sobrepor um grupo a outro, o ideário de democracia é considerado, uma vez que só existe um poder soberano, e este é o poder do povo, e este é plural.

O sufrágio é um direito fundamental, e é considerado universal porque envolve a participação de todos os indivíduos maiores de dezoito anos, sejam homens ou mulheres, ressalvadas as condições constitucionais estabelecidas.

Por outro lado, o voto é o exercício do direito ao sufrágio, esse será direto, ou seja, realizado pelo próprio indivíduo que conta com o título de eleitor; secreto, pois pode manter em segredo sobre a sua escolha política; além disso, será periódico, tendo em vista que existe o período eleitoral para exercer.

Assim, a efetiva soberania do povo deve ser representada pela autêntica e legítima participação democrática nos mecanismos de produção e controle das decisões políticas (SILVA, 2005).

Os cidadãos participam da vida política, seja como contribuintes ou usuários, como contrapoder enquanto representantes acreditados de diferentes grupos de pressão mais ou menos institucionalizados, ou como cidadão de base, homem ou mulher da rua que têm o direito de opinar sobre a organização da vida política. Para as mídias, trata-se de reportar os atos de reivindicação mais ou menos organizados dos cidadãos (manifestações, greves etc.), assim como as palavras de protesto ou de

interpelação que dirigem aos poderes públicos (CHARAUDEAU, 2013, p.144)

O voto será obrigatório para os maiores de dezoito anos, os quais devem se alistar para exercerem esse direito. Votar representar um direito fundamental, o qual é importante para a garantia do Estado de Direito.

Mas essa participação está além do simples ato de votar, uma vez que a cidadania representa não só o poder escolha, mas de participar dos debates políticos e das decisões, o que consiste em dar sugestões e também fazer a parte como cidadão, fiscalizando os atos dos políticos.

Nesse sentido, entende Matheus Passos Silva (2016, p. 95 e 96):

Há de se destacar, contudo, que em sentido material a participação política do cidadão vai muito além do ato de votar, já que existem inúmeras outras possibilidades constitucionais para o exercício do dever fundamental de participação. Nesse sentido, parece não haver verdadeiro envolvimento do cidadão brasileiro com aquilo que é coletivo, ou seja, com a res publica. É necessário que o cidadão se interesse pelo que ocorre junto à sua comunidade, porque é inegável que aquilo que ocorre na esfera coletiva trará impactos à sua vida privada. Nesse sentido, a despeito das recentes manifestações ocorridas no Brasil nos últimos dois anos, é possível afirmar que a participação política do cidadão brasileiro restringe-se ao ato de votar, o que se apresenta como insuficiente para aprofundar e fortalecer a democracia no Brasil.

Assim, o fortalecimento da democracia pode depender de um maior envolvimento popular, como uma participação forte e coerente nas escolhas dos representantes e envolvimento com pautas socioeconômicas, uma vez que “o objetivo central de formar cidadãos é lhes ofertar a oportunidade de realizar suas escolhas de forma mais consciente, arrefecendo paixões irracionais e lhes proporcionando contato com seus direitos e com a política” (DANTAS, 2010, p.6).

De acordo com Stephen Holmes (1999) o constitucionalismo está aliado à democracia, e o constitucionalismo oportuniza a democracia não só para presentes gerações como também para as futuras, através de compromissos prévios que organizam as funções e os poderes do governo, bem como os direitos e as regras da cidadania.

A democracia não deve ser pensada apenas para as gerações presentes, mas também para as futuras, por isso é importante que o cidadão compreenda a sua importância não só durante as eleições, mas em todas as questões sociais.

É importante que o cidadão entenda o seu papel social não só durante as eleições, mas também após, uma vez que como parte da sociedade lhe cabe estar atento à gestão que os políticos fazem quanto ao uso de dinheiro público, o qual deve ser convertido em benefícios sociais.

Durante as eleições é importante que os cidadãos estejam atentos ao que ocorre para denunciar possíveis abusos, uma vez que “a lisura do pleito é elemento indispensável para a manutenção do regime democrático” (CANELA JUNIOR, 2012, p. 183-193).

Segundo Humberto Dantas e Rodrigo Estramanho de Almeida (2015, p. 27):

Ao que parece, o desafio da Educação Política no Brasil não é pequeno e na sua formatação deverá ser prevista uma dupla tarefa: construir o seu momento sem incorrer no lugar histórico das educações para a cidadania no Brasil, propiciando a reflexão sobre os valores vigentes e o significado e o sentido da democracia; e desconstruir o passado mantenedor de uma cultura política rarefeita e distante do sentido do público. Assim, antes de rejeitar indiscriminadamente o passado e/ou propor o lugar de Educação Política no Brasil cabe a quem a realiza reconhecer o fardo do passado para então desconstruí-lo, realizando sincronicamente a tarefa do presente que é a de construir valores de confiança nas instituições e nos atores políticos com vistas à consolidação de um futuro mais público e menos desigual, mais democrático e mais vigilante ao compreender as razões históricas de nossa desconfiança em relação a tudo que se adjetiva com política.

É preciso, pois, se desprender do sentimento de desconfiança quanto às instituições políticas e aos próprios políticos durante o processo que antecede as eleições, uma vez que durante as propagandas eleitorais os cidadãos poderão ter um contato com o candidato e compreender se as propostas são realizáveis ou não.

O período eleitoral não deve ser entendido como um evento político, mas como uma possibilidade de compreender a importância que o voto apresenta em uma democracia, tendo em vista que é uma decisão, a qual terá para a população ônus e bônus, mas sempre se espera o bônus.

Por tal razão a consciência ao votar deve ser a pauta principal do eleitor, pois representa uma decisão de valia para a democracia e funcionamento das instituições democráticas e do Estado Democrático de Direito.

O Estado Democrático de Direito tem um conteúdo transformador da realidade, não se restringindo, como o Estado Social de Direito, a uma adaptação melhorada das condições sociais de existência. Assim, o seu conteúdo ultrapassa o aspecto material de concretização de uma vida digna ao homem e passa a agir simbolicamente como fomentador da participação pública no processo de construção e reconstrução de um projeto de

sociedade, apropriando-se de um caráter incerto da democracia para veicular uma perspectiva de futuro voltada à produção de uma nova sociedade, onde a questão da democracia contém e implica, necessariamente, a solução do problema das condições materiais de existência (MORAIS; STRECK, 2001, p. 95-96).

Esse poder político é do povo e esse escolhe seus representantes para exercer esse poder com base na lei e nos interesses socioeconômicas da sociedade. Assim, cabe (Robert Dahl apud Dias, 2008, p. 159),“(..) a capacidade dos governos para satisfazer, de forma continuada, as preferências dos cidadãos, num cenário de igualdade política”.

Nas propagandas eleitorais é preciso haver o desprendimento das paixões e dos bons sentimentos provocadas, os quais na boa parte das vezes apresentam emoções vagas apenas para encantar.

Votar e participar da vida política não deve ser considerado uma obrigação, mas sim uma pauta cidadã que envolve todos os outros direitos fundamentais dos indivíduos, como a saúde, a educação, a segurança pública e outros.

[...] status activa e civitae: prerrogativas, atributos, faculdades, ou poder de intervenção dos cidadãos ativos no governo de seu país, intervenção direta ou indireta, mais ou menos ampla, segundo a intensidade do gozo desses direitos. São o jus civitatis, os direitos cívicos, que se referem ao Poder Público, que autorizam o cidadão ativo a participar na formação ou no exercício da autoridade nacional. (BUENO, 1958, p. 475)

Os cidadãos são importantes para a democracia, e isso envolve não só a participação durante o pleito eleitoral, mas outras possibilidades, como através das formas de soberania do poder do povo, como a iniciativa popular, o referendo, o plebiscito e o controle sobre os atos dos políticos.

A participação popular representa um mecanismo forte para a democracia, uma vez que quando o cidadão participa ativamente, seja votando ou participando de debates sociais sobre a busca de melhorias nas condições socioeconômicas, esse não mais se contentará em votar por votar, mas em escolher um representante que seja capacitado para representá-lo.

Votar é uma decisão importante na vida de um cidadão e este deve apresentar consciência disso, pois a sua escolha política poderá ter consequências ou não, a depender do plano de governo apresentado e se essa é realizável.

E é durante as propagandas eleitorais que o cidadão terá a oportunidade de conhecer as propostas e compreender se o candidato é capacitado para representar durante os anos de governo.

No próximo capítulo será tratado acerca da propaganda eleitoral, de um modo geral, a qual é utilizada pelos políticos, a fim de conquistar os eleitores, destacando-se a via internet, principalmente em tempos de pandemia.

2 PROPAGANDA ELEITORAL

Ao se candidatar a um cargo eletivo, o indivíduo que fez essa escolha deverá estar apto a apresentar propostas de governo, a fim de que consiga votos e possa se eleger e colocar em prática os planos políticos.

Os candidatos ao escolherem propostas de governo devem apresentar coerência com as necessidades sociais e econômicas da população, uma vez que isso é fará com o que cidadão se envolva com os planos de um possível governo.

Nas propagandas eleitorais a postura do candidato também conta quando da escolha pelo eleitor, uma vez que esse está atento não somente a fala, como também a linguagem corporal.

Para tanto, é necessário que o candidato possa estar em contato com os possíveis cidadãos que podem o escolher, e para que isso ocorra se deve estabelecer um contato, seja direto ou indireto.

A propaganda eleitoral tem um histórico interessante na política brasileira. Com a abertura política em 1985 e com a conseqüente consolidação das votações diretas como marco de democracia, a propaganda eleitoral passou a ser vista como um dos principais sinais dos atos democráticos e políticos no país. Antes disso, colocar a candidatura nas ruas de forma ampla e irrestrita era o sonho de qualquer candidato (BLASZAK, 2018, p.145)

As propagandas eleitorais são os meios para que os cidadãos avaliem se determinado candidato poderá ou não suprir os anseios sociais, o que requer cautela e bom senso na hora da escolha de um representante.

Essa modalidade de propaganda é aquela que leva ao conhecimento dos eleitores os nomes, números e propostas daqueles que postulam cargo eletivo em eleições gerais (presidente, senadores, governadores e deputados) ou em eleições municipais (prefeitos e vereadores). Essencial ao desenvolvimento da democracia, a propaganda eleitoral dá subsídios para que os eleitores escolham seus candidatos, com base nas suas propostas, além de fomentar discussões e, conseqüentemente, de motivar a participação popular em todo processo eleitoral. (LEAL 2016, P. 75-80).

Representa, pois, uma maneira de convencer o cidadão de que o candidato será importante para os próximos anos de governo. “A propaganda partidária compreende a disseminação da ideologia e mensagens de interesse da agremiação,

visando a fortalecer a imagem desta e o recrutamento de novos filiados, ao mesmo tempo em que contribui para a formação cívica” (DA SILVA, 2018, p.8).

A democracia é reforçada através das mídias, uma vez que essa possibilidade dos candidatos apresentarem suas propostas permite um alinhamento com os anseios sociais, como também ocorre com a apresentação dada pela mídia ao candidato o que abre espaço para “o campo da cidadania, no qual as mídias se legitimam por uma aptidão em realizar um projeto de construção da opinião pública, o que as leva a serem credíveis” (CHARAUDEAU, 2013, p.93).

Essa relação entre a mídia e a política vem sendo construída há anos, tendo em vista que muitos candidatos conseguiram se eleger em razão da construção da sua figura política pela mídia, através de manifestações por jornais partidários impressos (RUBIM, 2004).

O que vem ocorrendo nos últimos anos é uma mudança quanto ao meio de construção da figura político, a qual está sendo construída fortemente através das redes sociais, como o twitter, o instagram e o facebook.

As últimas campanhas eleitorais brasileiras se caracterizaram pelo uso e incorporação maciça da internet e das mídias sociais como ferramenta de propaganda pelos candidatos. Nesse sentido, as eleições de 2014 e 2016 consolidaram essa tendência, com virtualmente todos os candidatos aos cargos majoritários e grande parcela dos candidatos a cargos proporcionais, utilizando a internet e algum tipo de mídia digital como ferramenta de comunicação e interação com os cidadãos, de maneira geral, e não apenas com o potencial eleitor (BRAGA; CARLOMAGNO, 2018).

A propaganda eleitoral representa um mecanismo em que o político se utilizará para conquistar adeptos das suas propostas políticas. Segundo Gomes (2020) a propaganda eleitoral é “[...] elaborada por partidos políticos e candidatos com a finalidade de captar votos do eleitorado para investidura em cargo público-eletivo.”

O contato físico do candidato com o povo apresenta um forte simbolismo, em que o mesmo está a apertar mãos, dar abraços, colocar crianças nos braços, e além de realizar promessas de mudanças sociais, as quais têm um teor de emotividade, que pode provocar emoções no eleitorado, “... o discurso político dedica-se a construir imagens de atores e a usar estratégias de persuasão e de sedução, empregando diversos procedimentos retóricos” (CHARAUDEAU, 2017, p.40).

Toda essa relação com o povo é capaz de provocar simpatia pelo candidato e se decisiva nas urnas. Entretanto, com o uso da internet para impulsionar nas campanhas eleitorais muitos candidatos vêm evitando esse contato direto com o povo, principalmente em tempos de pandemia.

Assim, passa-se a abordar acerca da propaganda eleitoral realizada na internet, a qual representa uma ferramenta de envolvimento entre os candidatos e políticos com as pessoas, uma vez que essas estão cada vez mais conectadas nesse espaço virtual.

2.1 Propaganda eleitoral na internet

Com a revolução tecnológica ocorreu um encurtamento de distâncias, o que possibilitou um maior contato entre as pessoas e a propagação dos discursos políticos em mídia, como as redes sociais. Tanto o discurso publicitário quanto o político apresentam semelhanças.

as duas instâncias são provedoras de um sonho (coletivo ou individual), mas a primeira está associada ao destinatário-cidadão e constrói o sonho (um ideal social) com ele em uma espécie de pacto de aliança ('nós, juntos, construímos uma sociedade mais justa'), enquanto a segunda permanece exterior ao destinatário-consumidor ao qual ela oferece um sonho supostamente desejado por ele (singularidade do desejo): o destinatário-consumidor é o agente de uma busca pessoal (ser belo, sedutor, diferente ou estar na moda) e de forma alguma coletiva (CHARAUDEAU, 2017, p.80).

Nas redes sociais as pessoas conectadas diariamente promovem debates políticos que envolvem diversas pautadas, seja o direito à vida, à segurança pública e à saúde.

Muitos cidadãos depois da explosão das redes sociais, os que contam com acesso a internet estão se politizando e apresentando pautas em suas contas pessoais, assim como o fazem os próprios políticos.

As mídias sociais desempenham um papel fundamental quando se trata da formação da opinião pública, principalmente durante processos eleitorais, "é preciso reconhecer que, apesar de todos os defeitos que se queira lançar sobre as mídias, elas desempenham um papel importante de informação no funcionamento de nossas democracias" (CHARAUDEAU, 2013, p.252).

Nos últimos anos vem ocorrendo de modo mais significativo, principalmente pelo fato de muitos políticos estarem utilizando ainda mais das redes sociais para

realizarem as suas propagandas eleitorais com o intuito de conquistar votos e adeptos das ideologias por eles apresentadas. “Nesse aspecto, as mídias mantêm um espaço de cidadania, sem o qual não há democracia razoável” (CHARAUDEAU, 2013, p.252).

O uso das redes sociais para a propaganda eleitoral começou a ser utilizado com frequência em 2018 quando o então candidato à Presidência da República, Jair Bolsonaro, se utilizou do instagram e twitter para apresentar suas propostas de governo. Sua campanha eleitoral foi em grande parte impulsionada pelas redes sociais, o qual conseguiu se eleger presidente.

Art. 57-A. É permitida a propaganda eleitoral na internet, nos termos desta Lei, após o dia 15 de agosto do ano da eleição (Redação dada pela Lei nº 13.165, de 2015)

Art. 57-B. A propaganda eleitoral na internet poderá ser realizada nas seguintes formas: (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009) (Vide Lei nº 12.034, de 2009)

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; (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

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; (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

III - por meio de mensagem eletrônica para endereços cadastrados gratuitamente pelo candidato, partido ou coligação; (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

IV - por meio de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e aplicações de internet assemelhadas cujo conteúdo seja gerado ou editado por: (Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

a) candidatos, partidos ou coligações; ou (Incluído pela Lei nº 13.488, de 2017)

b) qualquer pessoa natural, desde que não contrate impulsionamento de conteúdos. (Incluído pela Lei nº 13.488, de 2017)

§ 1º Os endereços eletrônicos das aplicações de que trata este artigo, salvo aqueles de iniciativa de pessoa natural, deverão ser comunicados à Justiça Eleitoral, podendo ser mantidos durante todo o pleito eleitoral os mesmos endereços eletrônicos em uso antes do início da propaganda eleitoral. (Incluído pela Lei nº 13.488, de 2017)

§ 2º Não é admitida a veiculação de conteúdos de cunho eleitoral mediante cadastro de usuário de aplicação de internet com a intenção de falsear identidade. (Incluído pela Lei nº 13.488, de 2017)

§ 3º É vedada a utilização de impulsionamento de conteúdos e ferramentas digitais não disponibilizadas pelo provedor da aplicação de internet, ainda que gratuitas, para alterar o teor ou a repercussão de propaganda eleitoral, tanto próprios quanto de terceiros. (Incluído pela Lei nº 13.488, de 2017)

§ 4º O provedor de aplicação de internet que possibilite o impulsionamento pago de conteúdos deverá contar com canal de comunicação com seus usuários e somente poderá ser responsabilizado por danos decorrentes do conteúdo impulsionado se, após ordem judicial específica, não tomar as providências para, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço e dentro do prazo assinalado, tornar indisponível o conteúdo apontado como

infringente pela Justiça Eleitoral.
de 2017) (BRASIL, 1997).

(Incluído pela Lei nº 13.488,

Todo o discurso político de Jair Bolsonaro foi pautado em anseios sociais, diante dos escândalos de corrupção envolvendo outros governos, o candidato trouxe como propostas valorização da família, fortalecimento da segurança pública no país e combate à corrupção.

Essas pautas foram capazes de envolver eleitores, o que o fez ser uma figura política carismática, e, pois, lhe garantiu a conquista da presidência. Muitos alegam que resolveram votar nele para evitar que o candidato do Partido dos Trabalhadores fosse eleito. Nas mídias sociais se é possível formar uma figura pública, como também desconstruí-la.

Com a alteração promovida na Lei nº 9.504 de 1997, ocorreu a possibilidade de que através da propaganda eleitoral, os conteúdos políticos fossem impulsionados. Conforme dispõe o artigo 57-C, *in verbis*:

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. (Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

§ 3º O impulsionamento de que trata o **caput** deste artigo deverá ser contratado diretamente com provedor da aplicação de internet com sede e foro no País, ou de sua filial, sucursal, escritório, estabelecimento ou representante legalmente estabelecido no País e apenas com o fim de promover ou beneficiar candidatos ou suas agremiações. (Incluído pela Lei nº 13.488, de 2017) (BRASIL, 1997).

Nesse sentido, ficou permitido que as propagandas eleitorais fossem pagas por partidos políticos, coligações, candidatos e representantes e impulsionados os seus conteúdos na internet, como nas redes sociais.

As mudanças ocorridas na legislação eleitoral provocaram algumas restrições quanto à propaganda eleitoral, tendo em vista a nova dinâmica digital.

A reforma de 2017 foi mais restritiva em relação aos espaços de propaganda. Além de manter a redução de dias e tempo de HGPE, como previsto pela minirreforma de 2015, foram proibidas propagandas pagas em rádio e televisão em qualquer dia do ano eleitoral – o que anteriormente era vetado somente no semestre da eleição. Foram permitidos bandeiras, adesivos e distribuição de material gráfico. A utilização de carros de som foi limitada a carreatas, caminhadas, reuniões e comícios. Quanto à internet, foi incluída a possibilidade de propaganda paga através do impulsionamento de conteúdo em redes sociais como o Facebook, desde que identificado, adquirido pelo partido, contratado diretamente com o servidor, e que

favoreça o candidato e/ou sua agremiação. A reforma também definiu as datas de veiculação da propaganda na internet e reforçou as penalidades em caso de crimes eleitorais, garantindo direito de resposta e suspensão de acesso do partido (ALVES; LIMA, 2020, p.161)

Assim, nas redes sociais os candidatos começaram a fazer “lives” para apresentar suas propostas de governo e realizar um contato com o possível eleitorado.

Com a pandemia provocada pelo coronavirus o contato do candidato com eleitor passou a ser restringido, de modo que as redes sociais foram o espaço central de aproximação com eleitorado.

Em razão das medidas de isolamento social e o agravamento da pandemia, o período eleitoral teve alteração para fins de segurança da saúde dos eleitores brasileiros, algo não vivenciado antes no cenário eleitoral em período democrático no país.

Na democracia, uma das características das eleições é a periodicidade, ou seja, a sua ocorrência a cada período de tempo previamente determinado. A expressão refere-se, portanto, ao intervalo de tempo entre a realização dos pleitos, sem qualquer sugestão de que ocorram na mesma data. (SANTANO, 2020, p.31)

Segundo o que dispõe o texto constitucional em seu artigo 29, inciso II a “eleição do Prefeito e do Vice-Prefeito realizada no primeiro domingo de outubro do ano anterior ao término do mandato dos que devam suceder, aplicadas as regras do art. 77, no caso de Municípios com mais de duzentos mil eleitores;”.

Nesse sentido, as eleições do ano de 2020 deveriam ter ocorrido em 4 de outubro. Entretanto, não foi possível, o que permitiu a alteração da data para ocorrer o pleito e o horário para a votação, segundo a Emenda Constitucional nº 107 de 2020:

“Art. 1º As eleições municipais previstas para outubro de 2020 realizar-se-ão no dia 15 de novembro, em primeiro turno, e no dia 29 de novembro de 2020, em segundo turno, onde houver observado o disposto no § 4º deste artigo.” (BRASIL, 2020)

Assim, com essa emenda o período eleitoral foi alterado em razão de algo maior, qual seja a busca pela garantia da saúde pública.

As eleições de 2020 foram diferenciadas por não terem ocorrido conforme estabelece constitucional, no primeiro domingo do mês de outubro, mas também por

não contarem com uma forma comum de envolvimento direto dos candidatos aos cargos eletivos com o povo.

Essa nova dinâmica para a propaganda eleitoral foi impulsionada pelas redes sociais, em que os candidatos se utilizaram de suas contas para apresentarem suas propostas de governo ao eleitorado, como também abriu espaço para a desinformação e até mesmo a propagação de notícias falsas, o que é prejudicial para a democracia.

A lei não exige de nenhum candidato um compromisso total com a sinceridade. A verdade no processo eleitoral é um valor de certa forma relativizado, já que não se espera que um candidato seja totalmente autêntico – tenderá sempre a exacerbar suas qualidades, exagerar nas suas promessas, explorar as deficiências dos adversários. O livre debate democrático convive com esse espaço de insinceridade, próprio da retórica da publicidade eleitoral. A divulgação de boatos e mentiras, ou a exploração de vulnerabilidades dos adversários, através do emprego do exagero e da malícia, não são estratégias novas na seara eleitoral. O direito eleitoral já enfrentou diversas vezes esse fenômeno e há ferramentas processuais tradicionais, mais ou menos eficazes para tanto, como os institutos do direito de resposta, as sanções pecuniárias e as imputações de abuso, por exemplo (BATINI; DE OLIVEIRA, 2020).

No processo eleitoral não há uma exigência expressa quanto ao comportamento a ser praticado pelos candidatos a cargos políticos, entretanto, na constituição federal existem princípios que norteiam, quais sejam a legalidade, a impessoalidade, a moralidade, a eficiência e a publicidade.

Esses princípios constitucionais representam meios a serem seguidos pelos agentes públicos, principalmente os políticos. Apesar disso, na disputa eleitoral parece que se encontra em desconsideração, tendo em vista que a desinformação e notícias falsas são muitas vezes utilizadas tanto por políticos como por cidadãos, e tendem a influenciar nas eleições.

Uma das conclusões mais evidentes nesse sentido é a concentração dessas ações em polos políticos localizados no extremo do espectro político, promovendo artificialmente uma radicalização do debate e, conseqüentemente, minando possíveis pontes de diálogo entre os diferentes campos políticos constituídos. Outro elemento fagrante é o 'inchamento' de movimentos políticos que são, na realidade, de dimensão bastante inferior. Somados, esses riscos e outros representados pelos robôs, são mais do que o suficiente para jogar luz sobre uma ameaça real à qualidade do debate público no Brasil e, conseqüentemente, do processo político e social defnidor dos próximos anos (Ruediger, 2017, p. 8).

Essa disputa pelo poder político com base na disseminação das notícias falsas prejudica a qualidade da democracia, além de fortalecer o sentimento do cidadão de não se sentir representado.

As eleições representam um momento importante para a democracia, pois é o momento em que se pode escolher um novo governo que apresentar propostas para cumprir em um mandato, o qual deve ter por base a representar os interesses da coletividade, como as questões que envolvam melhorias econômicas e sociais, o que não deve envolver tão somente o interesse de um determinado grupo social, mas considerando a coletividade de indivíduos e de interesses.

Acerca das funções das eleições, estabelece-se o entendimento de ROSANVALLON (2018, p.150):

- uma função de representação, ao designar representantes eleitos que expressem os interesses e os problemas dos diferentes grupos sociais; -
- uma função de legitimação das instituições políticas e dos governos;
- uma função de controle sobre os representantes, que envolve a perspectiva de uma reeleição que exerce sobre eles uma pressão para cumprirem seus compromissos e implementarem seus programas. (As noções de voto retrospectivo e de reeleição sempre foram centrais para a apreensão do caráter democrático da eleição);
- uma função de produção da cidadania, dando consistência ao princípio de «uma pessoa/um voto», que define o sufrágio universal (e contribui assim, em primeiro lugar, para a produção de uma «sociedade de iguais», retomando a fórmula de Alexis de Tocqueville, fundada na condição de igualdade compartilhada por todos, sendo que o exercício do direito de voto expressa com efeito um status de igualdade para todos, na medida em que cumprem uma função);
- uma função de animação da deliberação pública, historicamente expressa pelo modo de organização das eleições, que repousava sobre a participação nas assembleias eleitorais nas quais era possível o intercâmbio de argumentos. (Durante a Revolução Francesa, o cidadão era definido como «membro de uma assembleia primária»). Vale recordar que o voto individual, expresso pela passagem por uma cabine de votação (chamada Australian ballot) só se difundiu a partir do início do século xx.

Segundo o autor supramencionado se esses elementos estiverem presentes nas eleições, elas serão um procedimento democrático por excelência, o qual deve contar com a participação cidadã e atenção às necessidades fundamentais dos grupos sociais, como educação, saúde e segurança.

Os discursos políticos durante as propagandas eleitorais devem representar os interesses da coletividade, e não apenas os interesses pessoais, sob pena de macular a democracia, a qual já se encontra fragilizada diante da crise de representatividade e do distanciamento quanto à participação popular.

Assim, a democracia cumpriria seu mister quando o povo estivesse atento a participar e escolher representantes que estejam a cumprir os mandamentos estabelecidos constitucionalmente.

Dessa forma, a democracia seria “o arranjo institucional para se chegar a certas decisões políticas que realizam o bem comum, cabendo ao próprio povo decidir, através da eleição de indivíduos que se reúnem para cumprir-lhe a vontade”(JOSEPHA, 1984, p. 287).

Realizar o bem comum deve ser um dever fundamental a qual está atribuído aos representantes do povo.

2.2 Desinformação e notícias falsas no processo eleitoral

A desinformação não se confunde com as notícias falsas, apesar de haver quem entenda que se tratam da mesma coisa. A primeira envolve uma falta de compreensão quanto ao que ocorre na realidade. Já a segunda ocorre quando a realidade é maquiada para atender determinados interesses políticos ou econômicos.

Todas essas duas tendem a macular o processo eleitoral, uma vez que sem informação e sem compreensão do que ocorre na realidade, não se é possível tomar decisões coerentes.

A desinformação gerada pela difusão de notícias falsas não surgiu com as redes sociais e nem é um elemento exclusivo de nossa época. Trata-se, em verdade, de um fenômeno tão antigo quanto o modelo de negócios que sustenta boa parte das grandes empresas que atuam na Internet – como Google e Facebook – segundo o qual o serviço e o conteúdo são ofertados gratuitamente aos usuários em troca da revenda de sua atenção para anunciantes (DE CARVALHO, 2020, 176).

Para evitar que isso ocorra é necessário que os cidadãos contem com fontes confiáveis de informação e de que as notícias que possam apresentar alguma contradição ou um teor de absurdo possam contar com fontes também confiáveis para que seja possível checar.

Um processo eleitoral com base na democracia envolve cidadãos que estejam informados e possam decidir de modo razoável e com base nos interesses de bem comum.

Apesar disso, também surgiram outros problemas aliados à possibilidade de propaganda eleitoral na internet, como a disseminação de notícias falsas, as denominadas “fake news”. A “expressão “fake news”, acrescenta outra característica, advinda da noção de “news” (notícia), à ideia já conhecida de relatos que se reivindicam factuais, mas que praticam a contrafação de inventar ou alterar os fatos a que pretensamente se referem” (DA SILVA GOMES; DOURADO, 2019, p.36).

Nos dias de hoje, no entanto, seria ingenuidade descrever a Internet e as mídias sociais apenas como um espaço de comunicação autônoma. É certo que, em grande medida, tais características continuam presentes. Porém, é preciso considerar que, ao lado da descentralização dos meios de expressão e da diminuição da dependência em face de antigos intermediários, operou-se uma paradoxal concentração do controle das principais plataformas digitais e uma correlata ampliação do poder de grandes corporações. Por consequência, estas assumiram a condição de novos e influentes intermediários – para os mais críticos, exercendo, inclusive, o papel de monopolista – sobre boa parte da comunicação efetuada por meio da Internet e das redes sociais. A atual pandemia das fake news é consequência direta desse novo ambiente econômico e do modelo de negócios predominante na rede, de acordo com o qual quanto mais audiência uma página obtém, maiores são suas receitas com anúncios (DE CARVALHO, 2020, p.180).

No cenário atual essas plataformas tendem a influenciar os comportamentos e decisões das pessoas, inclusive as que envolvem a escolha de representantes políticos.

Essa onda de fake news envolve não só questões políticas, mas também econômicas, uma vez que muitas empresas estão preocupadas tão somente em propagar notícias falsas para obter lucro imediato, pouco se importando com a verdade (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017).

A propagação das notícias falsas pode ser prejudicial para os pleitos eleitorais, uma vez que pode provocar estragos na democracia, como a desinformação.

A reflexão proposta é que, junto ao bônus do alcance maciço da propaganda eleitoral impulsionada na internet, vem o ônus decorrente do risco dessa propaganda ser enganosa, ou seja, aquela cujo conteúdo não é verdadeiro, mas, que, devido à tamanha velocidade com a qual se alastra pela comunidade local possa influenciar ilegitimamente no resultado de uma eleição, sem que haja tempo suficiente para a reparação (VIANA; SIMÃO FILHO, 2020, p.164)

A desinformação pode ser considerada um ato contrário à democracia, uma vez que para manter o Estado de Direito é importante que haja transparência, a qual é fundamental no âmbito eleitoral, pois permitirá ao cidadão realizar uma escolha política pautada na coerência, tendo em vista que sem a transparência é provável que a programação possa estar permeada de vieses e preconceitos dos programadores, intencionais ou não, que podem levar a erros de diagnóstico ou a graves discriminações (FRAZÃO, 2019, p.39).

Cada eleitor pode colaborar, compartilhando em seus grupos de família e de amigos, informações do Tribunal sobre as Eleições 2020. O eleitor deve também ficar atento para não passar para frente notícias falsas. Para isso, é preciso prestar bastante atenção às informações que chegam até ele. Ao receber uma notícia muito urgente ou sensacionalista, é melhor pensar duas vezes antes de replicar. Checar antes de passar para frente é o melhor caminho (RONDON 2020).

Tanto o próprio político quanto o eleitor devem ter cautela ao se deparar com notícias que apresentam conteúdo duvidoso, uma vez que essas podem prejudicar pessoas e até mesmo a própria democracia, por ser “[...] especialmente vulnerável às suspeitas, às calúnias, ao escândalo, em resumo, a tudo o que ameaça a crença, a confiança” (BOURDIEU, 1989, p. 188-189).

A desconfiança quanto à política e ao político vem provocando na população certo afastamento quanto à possibilidade de participação nas decisões políticas, uma vez que muitos têm associada à figura do político à corrupção. Mario Sergio Cortella (2012, p. 33-34) expõe quanto à situação:

Também não mítico, claro, a democracia direta grega, não acho que ela seria a solução. Considero sedutor o conceito de política entre os gregos, não sua prática de democracia. E com todo o avanço que alcançamos na concepção e na participação – a presença feminina, do estrangeiro, entre outros grupos –, nós ampliamos a democracia a um nível inédito. No entanto, exatamente quando temos condições que serviriam de terreno fértil para que a ideia de política se propagasse, há uma inversão do conceito aristotélico de *zoon politikon*, o homem político de Aristóteles, pois passamos a tomar o homem “apolítico” como homem de bem. Se para esse pensador grego o homem de bem era aquele que participava da política, vê-se que hoje prevalece a imagem oposta em frases do gênero: “Ele é um homem de bem, nunca se meteu em política”.

Esse afastamento e falta de importância quanto à política é prejudicial para a própria democracia e conseqüentemente para o processo eleitoral, tendo em vista que isso pode gerar o surgimento de notícias falsas e desinformação.

A credibilidade quanto à política deve surgir da própria classe de políticos, os quais devem estar comprometidos com a democracia, de modo a passar confiança para o povo.

É nesse sentido que os próprios candidatos a cargos públicos devem ter como pauta a busca pela informação e luta contra a disseminação de notícias falsas, uma vez que essas tendem a macular o processo político.

Esses fatos podem levar os cidadãos a um maior distanciamento em relação aos processos políticos, uma vez que alimenta o descrédito em relação às instituições democráticas.

Quanto mais se insiste na fórmula clássica da democracia de baixa intensidade, menos se consegue explicar o paradoxo de a extensão da democracia ter trazido consigo uma enorme degradação das práticas democráticas. Aliás, a expansão global da democracia liberal coincidiu com uma grave crise desta nos países centrais onde mais se tinha consolidado uma crise que ficou conhecida como a da dupla patologia: a patologia da participação, sobretudo em vista do aumento dramático do abstencionismo; e a patologia da representação, o fato de os cidadãos se considerarem cada vez menos representados por aqueles que elegeram. (Santos, 2001, p.42).

Essa crise que envolve não só a questão da representatividade tende a prejudicar a democracia, uma vez que os cidadãos chegam até mesmo a pensarem em uma possibilidade de voto facultativo, o que ainda é pior para uma democracia.

É por tal razão que cabem aos próprios políticos, amparados por liberdade de pensamento e expressão, buscar meios para dar credibilidade às instituições e ao próprio sentido da democracia, de maneira a combater a desinformação e as notícias falsas.

Os políticos estão amparados por seu direito à liberdade de expressão, mas como figuras públicas que o são não estão isentos de responsabilização em caso de praticar atitudes antidemocráticas. “A garantia da liberdade de expressão e do livre debate democrático não podem servir de salvo conduto para manobras extremamente desleais e fraudulentas que possam comprometer a normalidade e a legitimidade das eleições, valores tutelados pela Constituição” (BARTINI; DE OLIVEIRA, 2020).

As eleições têm experimentado a luta entre a virtude e a ira. Os exemplos de eleições no exterior evidenciam que os competidores do prélio eleitoral preferem destruir a honra alheia através de notícias falsas, principalmente por meio digital, a revelar as suas aptidões e qualidades para oferecer um Brasil melhor. Notícias falsas, as fake

News, derretem candidaturas legítimas. Uma campanha limpa se faz com a divulgação de virtudes de um candidato sobre o outro, e não com a difusão de atributos negativos pessoais que atingem irresponsavelmente uma candidatura. Apesar disso, não se pretende tolher a liberdade de expressão e de informação legítima do eleitor. Liberdade de expressão é pressuposto para a viabilidade de qualquer regime que se intitule verdadeiramente democrático. (FUX 2018, P. 4).

Com isso nas redes sociais contam com a mesma possibilidade que fora do espaço virtual de manifestar o pensamento, sabendo que para isso haverá a possibilidade de direito de resposta se as falas forem ofensivas, conforme dispõe o artigo 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 (...)” (BRASIL, 1997).

Todo cidadão e político estão livres para manifestar seu pensamento, mas isso não isenta de responsabilização por atos que contrariem preceitos fundamentais de um Estado de Direito, como buscar garantir que os indivíduos tenham acesso a informações que sejam pautadas na verdade e que possam garantir a possibilidade de uma escolha consciente durante o pleito eleitoral.

Essa liberdade de expressão do pensamento não envolve praticar ofensas ou tentar prejudicar cidadãos ou até mesmo candidatos aos pleitos eleitorais, mas apenas um pensamento pautado na verdade.

Nenhum direito humano na Constituição é absoluto. De certo modo, independentemente dos fatores considerados, os direitos humanos são sempre as normas aplicáveis a situações específicas. Outras circunstâncias ou valores constitucionais. Nesse sentido, é correto afirmar que os direitos fundamentais não são absolutos. Em última análise, várias suposições limitam o alcance absoluto dos direitos fundamentais. Portanto, os direitos humanos estipulados e garantidos devem ser levados em consideração: 1) Não pode ser usado como escudo de proteção para atividades ilegais; 2) Não é útil para apoiar a responsabilidade civil; 3) Outros direitos que também estão estipulados neste contrato não podem ser cancelados Constituição; 4) Eles não podem abolir os direitos iguais dos outros e devem ser usados harmoniosamente no reino material (TAVARES, 2015, p.528).

Os direitos fundamentais não são absolutos e por tal razão nenhum direito poderá sobrepor a outro. Assim, os discursos quais que sejam tem base na liberdade de expressão, porém esse direito não é mecanismo para propagação de discursos que envolvam o cometimento de crimes e até mesmo a desconstrução das figuras políticas no cenário eleitoral.

A sociedade brasileira é plural, muitas são as ideologias e diferenças de pensamentos, mas não se devem tolerar atitudes antidemocráticas, uma vez que tendem a prejudicar o Estado de Direito.

A busca por uma democracia transparente deve ser a pauta de governos democráticos, uma vez que informações desconcertadas ou notícias falsas tendem a contaminar toda uma conquista social, como a democracia brasileira.

No próximo capítulo será abordado sobre as limitações ocorridas nas eleições municipais do ano de 2020 em razão da pandemia.

3 LIMITAÇÕES À PROPAGANDA ELEITORAL NA PANDEMIA

Nos últimos anos vem ocorrendo profundas mudanças nos cenários políticos, os quais encontram limitações de ordem de representatividade e de ausência de participação popular nos processos políticos.

Durante a pandemia provocada pelo coronavírus, muitos cidadãos mantidos em suas residências por uma questão de saúde pública, ainda mais se distanciaram do seu direito de participar dos pleitos eleitorais.

Existe uma espécie de desinteresse popular quanto à participação nos pleitos eleitorais, e isso não é de hoje, é algo que vem ocorrendo com maior força nos últimos anos, principalmente em razão dos escândalos de corrupção ocorridos.

De acordo com dados registrados pelo Tribunal Superior Eleitoral, nas eleições de 2020, ocorreram 34.240.897 abstenções o que representa 23,15% de cidadãos que preferiram comparecer para votar, isso em um universo de 147.918.483 eleitores aptos a votar (BRASIL, 2020).

É importante destacar que nas eleições municipais ocorridas em anos anteriores a abstenção no primeiro turno foi de 17,58% em 2016 e de 16,41% em 2012. E na eleição a presidencial de 2018, a abstenção no primeiro turno ficou em 20,33% (BARBIÉRI; FALCÃO, 2020).

Diante dessa situação cabe indagar se essas abstenções foram em razão da pandemia, da crise de representatividade e afastamento popular ou em razão das limitações ocorridas na propaganda eleitoral durante a pandemia.

Mas para tanto, nesse estudo se pretende tão somente investigar sobre o viés das limitações à propaganda eleitoral.

Com a possibilidade de uso do impulsionamento das redes sociais e das propostas de alguns candidatos, o que vem acompanhado de limitações, quais sejam o uso do impulsionamento tão só relacionado à finalidade de promoção da candidatura, além de proibição de macular a imagem dos outros candidatos, e também o combate às notícias falsas.

Nesse sentido, passa-se a discorrer sobre as limitações supracitadas quanto às campanhas eleitorais municipais de 2020, sob uma perspectiva positiva, uma vez que envolvem algumas atitudes que são fundamentais para o fortalecimento da democracia. Entretanto, essas não devem ser “[...] reduzida a uma série de slogans

concebidos para obter aprovação imediata de curto prazo” (KISSINGER, 2014, p. 242).

Nas eleições municipais de 2020 ficou mais evidente a importância do debate político das redes sociais, bem como o uso delas pelos candidatos, os quais buscam sua promoção no ambiente virtual, conforme será apresentado a seguir.

3.1 Promoção da candidatura nas redes sociais

Era comum em tempos não pandêmicos um contato físico entre o candidato e os eleitores, o que permitia um maior envolvimento emocional. Entretanto, em razão da pandemia, esse contato limitou-se às redes sociais.

Nas suas redes sociais os candidatos podem apresentar suas propostas de governo, quais benefícios socioeconômicos serão importantes para o desenvolvimento da sociedade.

A figura do político é formada não só pelo seu discurso, mas também pela sua postura, em todos os seus posicionamentos os cidadãos reparam no modo de falar e de se comportar do candidato.

Performances afirmam identidades, curvam o tempo, remodelam e adornam corpos, contam histórias. Performances artísticas, rituais ou cotidianas – são todas feitas de comportamentos duplamente exercidos, comportamentos restaurados, ações performadas que as pessoas treinam para desempenhar, que tem que repetir e ensaiar (SCHECHNER, 2003, p. 32).

Nas redes sociais, essa postura não é tal visível quanto presencialmente, uma vez que na internet se pode contar com mecanismos que possam promover uma postura adequada e até mesmo uma fala que seja escrita e lida.

A performance do candidato conta muito no pleito eleitoral, o qual deve apresentar uma postura coerente e um discurso que seja acessível ao eleitorado, o que permite uma aproximação e quiçá a conquista dos votos.

Os conteúdos compartilhados por esses candidatos, os quais envolvem suas propostas podem ser impulsionados nas redes, cujo objetivo é alcançar o maior número possível de usuários, o que consiste em uma programação dos algoritmos¹

¹ Algoritmos são utilizados para realizar funções e processar dados em alta velocidade. Nas mídias sociais, eles são responsáveis por selecionar informações e conteúdos para um usuário a partir de seus dados, atuando como mediadores (EPRS, 2019).

“para oferecer ao usuário qualquer conteúdo capaz de atraí-lo com maior frequência e por mais tempo à plataforma” (EMPOLI, 2019, p. 8).

Com a reforma eleitoral ocorrida em 2015, os candidatos passaram a ter mais liberdade quanto à sua apresentação nas redes sociais. De modo que ficou permitido a eles mencionar a pré-candidatura ao cargo político; expor sobre as suas qualidades pessoais do pré-candidato; postar textos, vídeos, fotos ou entrevistas de modo a informar a pré-candidatura e seus posicionamentos políticos assim como o posicionamento do pré-candidato acerca de assuntos políticos quanto aos problemas sociais e as propostas; apresentar ações que já desenvolveu ou que pretende, se eleito.

Art. 36-A. 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: (Redação dada pela Lei nº 13.165, de 2015)

I - a participação de filiados a partidos políticos ou de pré-candidatos em entrevistas, programas, encontros ou debates no 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; (Redação dada pela Lei nº 12.891, de 2013)

II - a realização de encontros, seminários ou congressos, em ambiente fechado e a expensas dos partidos políticos, para tratar da organização dos processos eleitorais, discussão de políticas públicas, planos de governo ou alianças partidárias visando às eleições, podendo tais atividades ser divulgadas pelos instrumentos de comunicação intrapartidária; (Redação dada pela Lei nº 12.891, de 2013)

III - a realização de prévias partidárias e a respectiva distribuição de material informativo, a divulgação dos nomes dos filiados que participarão da disputa e a realização de debates entre os pré-candidatos; (Redação dada pela Lei nº 13.165, de 2015)

IV - a divulgação de atos de parlamentares e debates legislativos, desde que não se faça pedido de votos; (Redação dada pela Lei nº 12.891, de 2013)

V - a divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas, inclusive nas redes sociais; (Redação dada pela Lei nº 13.165, de 2015)

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, em qualquer localidade, para divulgar ideias, objetivos e propostas partidárias. (Incluído pela Lei nº 13.165, de 2015) (BRASIL, 1997).

Então, nessa situação só continua vedado ao candidato o pedido expresso de voto. Enquanto que todas essas outras ações encontram respaldo na lei eleitoral e, portanto, podem ser praticadas pelos candidatos, a fim de que possam ganhar o apoio popular e possível eleição.

Apesar disso ficou vedada a propaganda eleitoral na televisão e no rádio quando paga, sendo permitida quando gratuita, a fim de dar um caráter isonômico de participação aos candidatos, conforme o artigo 44 da lei das eleições (BRASIL, 1997).

Agora passa a discutir sobre a vedação a macula da imagem de adversários políticos, o que pode prejudicar as decisões dos indivíduos quanto à escolha do seu candidato.

3.2 Vedação a macula da imagem de adversários políticos

Em uma disputa pelo poder político é comum alguns políticos macularem a imagem dos seus adversários. Entretanto, caso ocorra comportamentos que possam prejudicar o outro candidato no pleito eleitoral, cabe tomar as medidas legais cabíveis.

Nesse sentido estabelece o Código Eleitoral e prevê o direito de resposta dos candidatos, conforme no artigo 58 da Lei nº 9.504/97: “é assegurado o direito de resposta a candidato, partido ou coligação atingidos, ainda que de forma indireta, por conceito, imagem ou afirmação caluniosa, difamatória, injuriosa ou sabidamente inverídica, difundidos por qualquer veículo de comunicação social” (BRASIL, 1997).

Assim, caso o adversário político venham a macular a imagem do outro este poderá contar com a possibilidade do direito de resposta, sem excluir o possível direito a indenizações na esfera cível.

Um pleito eleitoral democrático é aquele em que os candidatos optam pelas verdades, em não desconstruir a imagem dos seus adversários, mas em apenas mostrar suas propostas e porquê são qualificados para representar os interesses sociais.

Quando um candidato macula a imagem do seu adversário e reiterada vezes assim propaga esse discurso, já é claro que não apresenta propostas sociais, mas apenas está com o intento de busca pelo poder político.

A boa política é aquela que está pautada no debate coerente e voltada para a apresentação de propostas que tendem a ser realizáveis sob o ponto de vista social, uma vez que propostas vagas de nada servem senão só para discursos vazios.

Nesse sentido, quando se trata das mídias também há limitações as quais estão submetidas, como dispõe o artigo 45 da lei das eleições:

Art. 45. Encerrado o prazo para a realização das convenções no ano das eleições, é vedado às emissoras de rádio e televisão, em sua programação normal e em seu noticiário: (Redação dada pela Lei nº 13.165, de 2015)

I - transmitir, ainda que sob a forma de entrevista jornalística, imagens de realização de pesquisa ou qualquer outro tipo de consulta popular de natureza eleitoral em que seja possível identificar o entrevistado ou em que haja manipulação de dados;

II - usar trucagem, montagem ou outro recurso de áudio ou vídeo que, de qualquer forma, degradem ou ridicularizem candidato, partido ou coligação, ou produzir ou veicular programa com esse efeito; (Vide ADIN 4.451)

III - veicular propaganda política ou difundir opinião favorável ou contrária a candidato, partido, coligação, a seus órgãos ou representantes; (Vide ADIN 4.451)

IV - dar tratamento privilegiado a candidato, partido ou coligação;

V - veicular ou divulgar filmes, novelas, minisséries ou qualquer outro programa com alusão ou crítica a candidato ou partido político, mesmo que dissimuladamente, exceto programas jornalísticos ou debates políticos;

VI - divulgar nome de programa que se refira a candidato escolhido em convenção, ainda quando preexistente, inclusive se coincidente com o nome do candidato ou com a variação nominal por ele adotada. Sendo o nome do programa o mesmo que o do candidato, fica proibida a sua divulgação, sob pena de cancelamento do respectivo registro.

§ 1º A partir de 30 de junho do ano da eleição, é vedado, ainda, às emissoras transmitir programa apresentado ou comentado por pré-candidato, sob pena, no caso de sua escolha na convenção partidária, de imposição da multa prevista no § 2º e de cancelamento do registro da candidatura do beneficiário. (Redação dada pela Lei nº 13.165, de 2015)

§ 2º Sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 55, a inobservância do disposto neste artigo sujeita a emissora ao pagamento de multa no valor de vinte mil a cem mil UFIR, duplicada em caso de reincidência.

§ 4º Entende-se por trucagem todo e qualquer efeito realizado em áudio ou vídeo que degradar ou ridicularizar candidato, partido político ou coligação, ou que desvirtuar a realidade e beneficiar ou prejudicar qualquer candidato, partido político ou coligação. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009) (Vide ADIN 4.451)

§ 5º Entende-se por montagem toda e qualquer junção de registros de áudio ou vídeo que degradar ou ridicularizar candidato, partido político ou coligação, ou que desvirtuar a realidade e beneficiar ou prejudicar qualquer candidato, partido político ou coligação. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009) (Vide ADIN 4.451)
(BRASIL, 1997).

Assim, qualquer dessas ações praticadas pela mídia pode macular a imagem do candidato, o que não é compatível com a democracia e, pois, são vedadas.

No próximo tópico apresenta sobre o combate às notícias falsas, uma importante iniciativa democrática e que é importante para a lisura dos pleitos eleitorais.

3.3 Combate às notícias falsas

Combater as notícias falsas é um dos primeiros passos para manter a lisura do pleito eleitoral e fortalecer a democracia e as instituições democráticas.

Existe uma necessidade urgente de estabelecer regulamentação independente [das fake news e desinformação nas redes sociais]. Acreditamos que um Código de Ética compulsório deve ser estabelecido, supervisionado por um regulador independente, definindo o que constitui conteúdo prejudicial. O regulador independente teria poderes estatutários para monitorar empresas de tecnologia relevantes; isso criaria um sistema regulatório para conteúdo on-line que é tão eficaz quanto o de indústrias de conteúdo off-line. Parágrafo 37 (UK HOUSE OF COMMONS, 2019, p. 87–90).

É preciso estabelecer mecanismos legais para combate às notícias falsas, uma vez que essas tendem a prejudicar a democracia e conseqüentemente os pleitos eleitorais.

Tipifica como crime: “Divulgar, na propaganda, fatos que sabe inverídicos, em relação a partidos ou candidatos e capazes de exercerem influência perante o eleitorado.” (art. 323 do Código Eleitoral) e também a “contratação direta ou indireta de grupo de pessoas com a finalidade específica de emitir mensagens ou comentários na Internet para ofender a honra ou denegrir a imagem de candidato, partido ou coligação” (art. 57-H, § 1o, da Lei 9.504/97); tipo este que alcança quem é contratado e não apenas quem contrata (art. 57-H, § 2o da Lei 9.504/97). Estabelece multa para quem “realizar propaganda eleitoral na Internet, atribuindo indevidamente sua autoria a terceiro, inclusive a candidato, partido ou coligação” (art. 57-H da Lei 9.504/97) e para quem veicular “conteúdos de cunho eleitoral mediante cadastro de usuário de aplicação de Internet com a intenção de falsear identidade” (art. 57-B, § 2o, da Lei 9.504/97). (SILVEIRA, 2018, p. 205)

Na lei eleitoral existe tipificação acerca das condutas, porém isso ainda não é suficiente, uma vez que as condutas ainda são comuns nos pleitos eleitorais, o que exige posturas educativas.

Das posturas educativas pode citar como um ponto de partida a necessidade de checagem pelos próprios cidadãos quanto às notícias que apresentam inverdades. O que parte da ideia de uma educação voltada à compreensão do que é verdade e o que não é.

É comum que muitos cidadãos ainda acreditem em notícias mesmo que absurdas e que comecem a propagá-las, principalmente, nas suas próprias redes sociais ou grupos de whatsapp. Para enfrentar a estrutura coordenada de notícias falsas é preciso descobrir quem é o agente que elaborou.

[...] a aparente concentração da circulação de notícias falsas torna a sua identificação e as intervenções efetuadas pelas plataformas bem simples. Embora existam exemplos de sites de notícias falsas que surgem do nada, na realidade, é provável que a maioria dessas notícias provenha de um número pequeno de sites. Identificar as responsabilidades das plataformas e obter a sua atuação proativa será essencial em qualquer estratégia de peso para enfrentar as notícias falsas. Se as plataformas conseguissem atenuar a disseminação de informações de apenas alguns sites, o problema das fake news poderia ser reduzido, de forma brusca, no curto prazo (Lazer et. al, 2017).

No período eleitoral essas notícias desse condão tendem a serem comuns, principalmente com o objetivo desonesto de prejudicar os outros candidatos e tecer olhos para suas condutas, as quais podem ser abomináveis pelos cidadãos, como a corrupção.

É preciso compreender que as notícias propagadas pela mídia e principalmente nas redes sociais podem não apresentar uma verdade. Conforme adverte Jawsnicker (2010):

É fundamental que educadores e alunos, ao compreenderem que as notícias apresentadas pela mídia estão sujeitas a um processo de escolhas e seleções arbitrárias, estejam atentos ao perigo do que Bordenave (2003) chama de 'ilusão referencial' – a crença que a informação consumida por um jornal (ou noticiário televisivo ou radiofônico) é um absoluto reflexo da realidade.

Com a propagação de notícias falsas os adversários políticos apresentam o intento de conquistar o apoio popular e vencer o pleito eleitoral, o que não pode ser compatível com um regime democrático e deve ser paulatinamente combatido.

“Se preocuparam, mas poderiam ter feito melhor. Poderiam ter encabeçado oficialmente um esforço de treinamento dos Tribunais Regionais Eleitorais, do próprio TSE e dos juízes eleitorais para a importância desse assunto [fake news] que é importantíssima, tanto que compromete o debate democrático. Quando você argumenta com base em maluquices de sua cabeça, você está transformando o debate democrático em um escarnio, e isso é grave como o aquecimento global! E assim como aquecimento global, nós não sabemos onde isso vai parar [...] Instituições desse porte, que são objeto de ataques de pessoas que querem ver a desinformação atrapalhando o processo eleitoral, como é o caso do TSE, precisam ser mais robustas em ações de combate à fake news”. (SCOFIELD, 2019).

Esse combate às notícias falsas não deve ser uma preocupação somente das instituições democráticas, mas também de toda a sociedade, pois quando a democracia é prejudicada toda a sociedade também assim o é, uma vez que se

passa a eleger candidatos despreparados e que não apresentam interesse de bem comum, mas apenas atender a interesses pessoais.

É importante existir a separação entre os interesses sociais e os pessoais, para que esses não prejudiquem os rumos da democracia, uma vez que quando se sobrepõem aos coletivos tendem a prejudicar, como a ocorrência da corrupção, um dos males abomináveis pelos cidadãos.

Feitas essas abordagens ao longo desse estudo, não se pretende esgotar esse estudo mais apenas abrir espaço para que outros debates como esse possam surgir e que sejam relevantes não só do ponto vista do Direito Eleitoral, mas também sob uma nova perspectiva quanto à importância da participação popular, passa-se agora a destacar as considerações finais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É inegável que a pandemia modificou toda a dinâmica social, principalmente o que envolve a questão política, uma vez que as pessoas encontram-se mais ligadas em um debate político nas redes sociais.

Esse envolvimento das pessoas em questões políticas nas redes sociais permitiu com os políticos ou candidatos se aproximarem mais do eleitorado, apresentando suas propostas políticas em publicações e “*lives*” em redes sociais.

Apesar dos bônus ofertados no espaço virtual, também surgiram os bônus quais sejam a desinformação e as notícias falsas, as quais tendem a prejudicar o processo político.

É por tal razão que uma das pautas da própria sociedade e dos próprios políticos e candidatos devem ser em fazer a política do modo certo, de maneira a não prejudicar a democracia.

As propagandas eleitorais devem ter por base propostas democráticas, que envolvam questões voltadas ao desenvolvimento social e econômico do país, e não uma disputa meramente pelo poder de um grupo político em detrimento de outro.

Nas democracias a existências de diversas ideologias é o que faz um Estado de Direito e uma verdadeira democracia, uma vez que a busca pela hegemonia não diz com o ideal democrático.

Durante as eleições de 2020, em razão das limitações impostas pela pandemia, as propagandas eleitorais e envolvimento dos candidatos com o eleitorado foi forte em redes sociais, o que requereu um maior cuidado para não macular o processo eleitoral.

O combate a desinformação e as notícias falsas deve ser uma das pautas dos candidatos em nome da democracia. É incoerente que em uma democracia um determinado grupo deseje sobrepor a outro.

A coexistência ideológica e a ideia de bem comum deve ser o primado para uma democracia forte e o coerente, a qual deve envolver a participação de diversos grupos sociais, cada qual com a sua pauta.

Um país verdadeiramente democrático é aquele em que o povo conhece a importância de participar do processo eleitoral, o qual está disposto a fazer escolhas coerentes e pautadas em ideários de probidade e legalidade, as máximas para um Estado de Direito.

O combate às notícias falsas é uma das preocupações contemporâneas quando se trata da qualidade da democracia, uma vez que a propagação de ideias de conteúdo inverídico tende a prejudicar os pleitos eleitorais.

Ao longo desse estudo foi possível travar um debate sobre a democracia e sua importância, bem como sobre o quão prejudicial pode ser a desinformação e as notícias falsas para o pleito eleitoral, principalmente durante tempos de pandemia, em que há um maior uso das redes sociais.

REFERÊNCIAS

ALLCOTT, H.; Gentzkow, M. (2017). **Social media and fake news in the 2016 election.** *Journal of Economic Perspectives*, vol. 31, n. 2, pp. 211-236.

ALVES, Mércia; LIMA, Barbara. Campanhas e Legislação Eleitoral: os governos estaduais nas eleições de 2018. *Revista Sul-Americana de Ciência Política*, v. 6, n. 1, p. 157-175, 2020.

BARBIÉRI, Luiz Felipe Barbiéri; FALCÃO, Marcio. **Abstenção é de 23,14% no 1º turno, anuncia TSE; percentual foi 20,33% em 2018 e 17,58% em 2016.** G1 2020. Disponível em: <
<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2020/noticia/2020/11/16/abstencao-fica-em-2314percent-anuncia-tse-percentual-em-2018-foi-2033percent-e-em-2016-1758percent.ghtml>> Acesso em: 05 de jun. 2021.

BATINI, SILVANA; DE OLIVEIRA, NEIDE MC CARDOSO. **Desinformação e Eleições 2020: Caminhos possíveis.** Disponível em: < https://apps.tre-rj.jus.br/site/gecoi_arquivos/202007291804_arq_157697.pdf > Acesso em: 03 de jun. 2021.

BENEVIDES; Maria Victoria de Mesquita. **Democracia e Cidadania.** Lua Nova: Revista de Cultura e Política. N.33. São Paulo 1994. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?scrip>. Acesso em 05.jun.2021.

BLASZAK, José Luís. Propaganda eleitoral—novos tempos, novos desafios. **TRE-RS**, p. 143, 2018.

BOBBIO, Norberto. **Liberalismo e democracia.** Tradução de Marco Aurélio Nogueira. São Paulo: Brasiliense, 2006.

BONAVIDES, Paulo. **Curso de Direito Constitucional.** São Paulo: Malheiros, 2003.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

BRAGA, Sérgio; CARLOMAGNO, Márcio. Eleições como de costume? Uma análise longitudinal das mudanças provocadas nas campanhas eleitorais brasileiras pelas tecnologias digitais (1998-2016). *Revista Brasileira de Ciência Política*, n. 26, p. 7-62, 2018.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm> Acesso em: 02 de jun 2021.

BRASIL. **Emenda Constitucional 107 de 2020**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/emendas/emc/emc107.htm> Acesso em 03 de jun.2021.

BRASIL. **Lei nº 9.504 de 1997**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19504.htm> Acesso em: 02 de junh. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. 2020. Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/eleicoes/estatisticas/estatisticas-eleitorais>> Acesso em: 05 de jun. 2021.

BUENO, Pimenta. Direito público brasileiro e análise da constituição do império. Rio de Janeiro: Nova Edição, 1958.

CAMPOS, Flavio de; MIRANDA, Renan Garcia. **A escrita da história**. São Paulo: Escala Educacional, 2005.

CANELA JUNIOR, Osvaldo. **O controle jurisdicional do processo político no Brasil**. In Paraná Eleitoral – revista brasileira de direito eleitoral e ciência política. v. 1 n. 2 (2012).

CARVALHO, Matheus. **Manual de direlto administrativo/** Matheus Carvalho - 4. ed. rev. ampl. e atual. - Salvador: JusPODIVM, 2017.1.216 p.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias** / Patrick Charaudeau; tradução Angela M. S. Corrêa. 2. ed., 2a reimpressão. - São Paulo: Contexto, 2013.

_____. **A conquista da opinião pública: como o discurso manipula as escolhas políticas**. São Paulo: Contexto, 2016.

_____. **Discurso político**. São Paulo: Contexto, 2017.

Comunicação e política: conceitos e abordagens / Antonio Albino Canelas Rubim (organizador); preparação de originais, revisão e normalização: Nídia Lubisco, Tania de Aragão Bezerra, Magel Castilho de Carvalho; capa e editoração: Joe Lopes. - Salvador : Edufba, 2004.p. 578.

CORTELLA, Mario Sergio; RIBEIRO, Renato Janine. **Política: Para não ser idiota**. 9. ed. Campinas: Papirus 7 Mares, 2012.

DANTAS, Humberto. Apresentação: O caráter essencial da educação política e o desenvolvimento da democracia no Brasil. **Cadernos Adenauer XI: Educação política: reflexões e práticas democráticas**, Rio de Janeiro, n. 3, ago. 2010. Disponível em: https://www.kas.de/documents/252038/253252/7_dokument_dok_pdf_20865_5.pdf/cab2ffc6-8ad1-5429-19af-445f807e9cdd?version=1.0&t=1539660585236. Acesso em: 03 jun. 2021.

DANTAS, Humberto; ALMEIDA, Rodrigo Estramanzo. Educação política no Brasil: Desafios aos 30 anos de democracia. **Revista Conexão Política: Revista do**

Programa de Pós-graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Piauí, Teresina, v. 4, n. 1, jan.-jun. 2015. Disponível em: <https://revistas.ufpi.br/index.php/conexaopolitica/article/view/4922/2834>. Acesso em: 03 jun. 2021.

DA SILVA GOMES, Wilson; DOURADO, Tatiana. Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 16, n. 2, p. 33-45, 2019.

DA SILVA, ÉRICA FRAGA CUNHA; **A EXTINÇÃO DA PROPAGANDA PARTIDÁRIA NO RÁDIO E NA TELEVISÃO: UMA ANÁLISE DO CONTEÚDO DO DIREITO DE ANTENA CONTIDO NO ARTIGO 17, §3º, DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL**. FACULDADE BAIANA DE DIREITO CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DIREITO ELEITORAL. 2018.

DE ALMEIDA, Víctor Aguiar; DE SOUZA DINIZ, Beatriz; MACHADO, Viviane Bastos. DIREITO ELEITORAL NO BRASIL: O SUFRÁGIO E A POSSIBILIDADE DO VOTO FACULTATIVO. **Revista Transformar**, v. 14, n. 1, p. 396-419, 2020.

DE CARVALHO, Lucas Borges. **A democracia frustrada: fake news, política e liberdade de expressão nas redes sociais**. 2020.

DEMOCRACIA. In: BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco (orgs.). VARRIALE, Carmen C. et al (trad.). FERREIRA, João (coord. trad.). FERREIRA, João; CACAIS, Luis Guerreiro Pinto (revs. gerais). **Dicionário de política**. 11. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2003, p. 319-329, v. 1.

DIAS, Reinaldo. **Ciência Política**. São Paulo: Atlas, 2008.

EMPOLI, Giuliano da. **Os Engenheiros do Caos: como as fake news, às teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições**. São Paulo: Vestígio, 2019.

EPRS - European Parliamentary Research Service. Polarisation and the use of technology in political campaigns and communication. EPRS, 2019. Disponível em: < [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/634414/EPRS_STU\(2019\)0100_01.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/634414/EPRS_STU(2019)0100_01.pdf) > . Acesso em: 05 de jun. 2021.

FUX, Luiz. Discurso de posse do Excelentíssimo Senhor Ministro Luiz Fux na presidência do Tribunal Superior Eleitoral. 2018. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/dl/discurso-fux-posse-tse.pdf> . Acesso em: 03 jun. 2021.

FRAZÃO, Ana. **Fundamentos da proteção dos dados pessoais – Noções introdutórias para a compreensão da importância a Lei Geral de Proteção de Dados**. In Lei Geral de Proteção de Dados e suas repercussões no direito brasileiro/Ana Frazão, Gustavo Tepedino, Milena Donato Oliva, coordenação – 1 ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.

GOMES, José Jairo. **Direito Eleitoral**. 16. ed. São Paulo: Atlas, 2020. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597024630/cfi/6/10!/4/10/2@0:0>. Acesso em: 02 jun. 2021.

HELD, David. **Modelos de democracia**. Belo Horizonte: Editora Paidéia, 1987.

HOLMES, Stephen. **El Precompromiso y La Paradoja de La Democracia**. In: Elster, Jon y Slagstad, Rune. *Constitucionalismo y democracia*, México, Fondo de Cultura Económica, 1999..

JAWSNICKER, Claudia. *Educomunicação: reflexões sobre teoria e prática*. **A experiência do Jornal do Santa Cruz**, 2010.

JOSEPHA. O equacionamento do problema; A doutrina clássica da democracia; Mais uma teoria de democracia; Conclusão. In: **Capitalismo, Socialismo e Democracia**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1984.

KISSINGER, Henry. **Ordem Mundial**. Objetiva, 2014.

LEAL, Gabriel de Souza. **A propaganda eleitoral após as alterações introduzidas pelas leis nº 12.891/2013 e nº 13.165/2015**. *Estudos Eleitorais*, Brasília, v. 11, n. 3, p. 70-93, set./dez. 2016. Disponível em: <http://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/3605> . Acesso em: 02 jun. 2021.

Lazer, D., Baum, M., Grinberg, N., Friedland, L., Joseph, K., Hobbs, W., & Mattsson, C. (2017). *Combating fake news: an agenda for research and action*. Harvard Kennedy School, Shorenstein Center on Media, Politics, and Public Policy. Acesso em 25 de setembro de 2017, disponível em <https://shorensteincenter.org/combating-fake-news-agenda-for-research/>. Acesso em: 05 de jun. 2021.

RONDON, Thiago. **TSE lança campanha “#EuVotoSemFake”, contra a desinformação nas eleições**. 29/09/2020. Disponível em: <https://www.tre-mt.jus.br/imprensa/noticias-tre-mt/2020/Setembro/tse-lanca-campanha-201c-euvotosemfake201d-contra-a-desinformacao-nas-eleicoes>. Acesso em: 03 jun. 2021.

ROSANVALLON, Pierre. A democracia do século XXI. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 33, n. 96, p. 149-163, 2018.

Ruediger, M. A. (2017). **Robôs, redes sociais e política no Brasil**: estudo sobre interferências ilegítimas no debate público na web, riscos à democracia e processo eleitoral de 2018. Fundação Getúlio Vargas, Diretoria de Análise de Políticas Públicas. Disponível em <http://dapp.fgv.br/robos-redes-sociais-e-politica-estudoda-fgvdapp-aponta-interferencias-ilegitimas-nodebate-publico-na-web/> Acesso em: 05 de jun. 2021.

SANTANO, ANA CLAUDIA. **O debate sobre as eleições municipais de 2020 no Brasil e a pandemia da Covid-19**. 2020.

SANTOS, Boaventura de Souza. (2001). **Democratizar a democracia**: os caminhos da democracia participativa. São Paulo, Civilização Brasileira.

SCHECHNER, Richard. **O que é performance?** Trad. Dandara. Rio de Janeiro. Revista de teatro: O Percevejo, UNIRIO, Ano 11, no 12, 2003.

SILVA, Enio Moraes da, **Revista de Informação Legislativa**. V. 42, n. 167, p. 213-229, jul./set. 2005. Disponível em <<http://www2.senado.leg.br/bdsf/handle/id/794>> Acesso em: 03 de jun.2021.

SILVA, Matheus Passos. **Do direito de votar ao dever de participar**: Uma proposta para a melhoria da qualidade da democracia brasileira. Revista Estudos Eleitorais (TSE), Brasília, v. 11, n. 1, jan.-abr. 2016. Disponível em: http://www.tse.jus.br/hotsites/catalogopublicacoes/pdf/estudos_eleitorais/estudos_eleitorais_n11_v1_2016.pdf. Acesso em: 02 jun. 2021.

SILVEIRA, Marilda de Paula. As novas tecnologias no processo eleitoral : existe um dever estatal de combate à desinformação nas eleições? In: ABBOUD, Georges; JR, Nelson Nery; RICARDO, Campos (Eds.). **Fake news e Regulação**. São Paulo: Thomson Reuters, 2018. p. 191–216.

STRECK, Lenio Luiz; Morais, José Luis Bolzan de. **Ciência Política e Teoria Geral do Estado**. 2 ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001.

TAVARES, André Ramos. **Curso de Direito Constitucional**. São Paulo: Saraiva, 2015.

UK HOUSE OF COMMONS. **Disinformation and ‘fake news’**: Final Report published - HC 1791. Digital, Culture, Media and Sport Committee. London. Disponível em: <<https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmcmumeds/1791/1791.pdf>>. Acesso em: 05 de jun.2021.

VIANA, Daniel Augusto Sabec; SIMÃO FILHO, Adalberto. DEMOCRACIA, PROPAGANDA ELEITORAL E PROTEÇÃO DE DADOS. In: **Anais do Congresso Brasileiro de Processo Coletivo e Cidadania**. 2020. p. 156-173.