UNIVERSIDADE CATÓLICA DE PERNAMBUCO
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DIREITO

O neuromarketing eleitoral digital e a preservação da liberdade de sufrágio: uma análise à luz da Constituição Federal de 1988 e da LGPD

MATHEUS BARBOSA RODRIGUES

Recife
2022

MATHEUS BARBOSA RODRIGUES

O neuromarketing eleitoral digital e a preservação da liberdade de sufrágio: uma análise à luz da Constituição Federal de 1988 e da LGPD

Dissertação apresentada à Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP) para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Direito, realizado sob a orientação científica do Professor Doutor Alexandre Freire Pimentel.

Recife

2022

MATHEUS BARBOSA RODRIGUES

O neuromarketing eleitoral digital e a preservação da liberdade de sufrágio: uma análise à luz da Constituição Federal de 1988 e da LGPD

Dissertação apresentada à Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP) para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Direito, realizado sob a orientação científica do Professor Doutor Alexandre Freire Pimentel.

A banca examinadora composta pelos professores abaixo, sob a presidência do primeiro, submeteu o candidato à defesa, em nível de mestrado, e julgou nos seguintes termos:

MENÇÃO:

Prof. Dr. Alexandre Freire Pimentel (Presidente)

Julgamento: Aprovado Assinatura: ALEXANDRE FREIRE PIMENTEL:1677578 Assinado de forma digital por ALEXANDRE FREIRE PIMENTEL:1677578 Dados: 2023.03.10 15:08:22 -03'00'

Prof. Dr. _____ (1º Examinador Interno)

Julgamento: _____ Assinatura: ALEXANDRE FREIRE PIMENTEL:1677578

Prof. Dr. _____ (2º Examinador Interno)

Julgamento: _____ Assinatura: ALEXANDRE FREIRE PIMENTEL:1677578

Prof. Dr. _____ (1º Examinador Externo)

Julgamento: _____ Assinatura: ALEXANDRE FREIRE PIMENTEL:1677578

Recife, 20 de setembro de 2022.

RESUMO

A dissertação teve por objetivo geral analisar a técnica do neuromarketing eleitoral no contexto das normas constitucionais e de proteção à privacidade nacionais, visando responder a seguinte pergunta de pesquisa: o *neuromarketing* eleitoral viola a liberdade de sufrágio? Para tanto, foram fixados os seguintes objetivos específicos: analisar a neuropolítica enquanto um fenômeno conectado ao neuromarketing, definir este último, apresentar suas ferramentas de instrumentalização, possíveis problemáticas quando em contraste com a escolha política racional e seu impacto eleitoral. Ainda, serão examinados os direitos afetados pelo neuromarketing, quais sejam, os direitos à cidadania, à privacidade, ao sigilo do voto e à liberdade de sufrágio, conforme positivado na Constituição Federal de 1988. Após, no que se denominou de núcleo infraconstitucional da dissertação, pesquisou-se acerca da autodeterminação informativa e do livre desenvolvimento da personalidade, conforme definidos na Lei Geral de Proteção de Dados, além do direito à propaganda eleitoral nos termos da Lei nº 9.504/97 e da Resolução nº 23.610/2019, do Tribunal Superior Eleitoral, no que regulam a propaganda eleitoral. Em sucessivo, confrontando o neuromarketing com os direitos políticos fundamentais, foram apresentados parâmetros de regulação aplicáveis ao neuromarketing, além de, também com base no Código de Processo Civil, propor formas de corrigir eventuais abusos cometidos na veiculação da propaganda eleitoral. Adiante, foi examinado brevemente o papel das tutelas subnacionais na preservação da liberdade de sufrágio, sobretudo à luz da divisão constitucional de competências. Ao final, constatou-se que o neuromarketing eleitoral, na forma como atualmente praticado, é inconstitucional e ilegal, pois viola a liberdade de sufrágio, além dos direitos ao sigilo do voto, à privacidade e à proteção de dados, à cidadania, à autodeterminação informativa e ao livre desenvolvimento da personalidade.

Palavras-chave: *Neuromarketing* eleitoral. Propaganda eleitoral. Liberdade de sufrágio. Violação. Tutelas de remoção do ilícito.

ABSTRACT

The dissertation had the general objective of analyzing the technique of electoral neuromarketing in the context of constitutional norms and national privacy protection, aiming to answer the following research question: does electoral neuromarketing violate freedom of suffrage? To this end, the following specific objectives were set: to analyze neuropolitics as a phenomenon connected to neuromarketing, to define the latter, to present its instrumentalization tools, possible problems when in contrast to rational political choice and its electoral impact. Also, the rights affected by neuromarketing will be examined, namely, the rights to citizenship, privacy, vote secrecy and freedom of suffrage, as set forth in the Federal Constitution of 1988. Afterwards, in what was called the infraconstitutional core of the dissertation, research was carried out on informational self-determination and the free development of the personality, as defined in the General Data Protection Law, in addition to the right to electoral propaganda under the terms of Law nº 9.504/97 and Resolution nº 23.610/2019, of the Superior Electoral Court, in what it regulates electoral propaganda. Subsequently, confronting neuromarketing with fundamental political rights, regulatory parameters applicable to neuromarketing were presented, in addition to, also based on the Civil Procedure Code, proposing ways to correct possible abuses committed in the placement of electoral propaganda. Further on, the role of subnational tutelages in the preservation of freedom of suffrage was briefly examined, especially in light of the constitutional division of competences. In the end, it was found that electoral neuromarketing, in the way it is currently practiced, is unconstitutional and illegal, as it violates freedom of suffrage, in addition to the rights to vote secrecy, privacy and data protection, citizenship, self-determination. information and the free development of personality.

Keywords: Electoral neuromarketing. Electoral propaganda. Freedom of suffrage. Violation. Tutelage for the removal of the illicit.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, pelas circunstâncias que não compreendi, mas que, no final, sei que apenas me levarão para o melhor;

Aos meus avós, por terem dado, a seu tempo e modo, o pontapé de minha jornada;

Ao meu pai, eterno primeiro professor e o mais exigente que já tive ou terei, que me leva a fazer mais do que eu achava que era capaz;

À minha mãe, que, igual uma leoa, mostra o caminho, mas sabe que deve deixar o filhote passar sozinho;

À minha irmã, a mão sempre presente para me segurar toda vez que eu escorregar ou cair;

Ao meu sobrinho, pelas vezes que, sobretudo na reta final, não pude vê-lo em decorrência da finalização da dissertação;

À vida, essa professora dura, silenciosa e exigente, que te faz ter que merecer cada milímetro de conquista;

Ao meu orientador, por aceitar um orientando que nem de longe foi um dos melhores que ele já teve;

Ao professor Sérgio Torres, por me ajudar a completar os créditos; e

Aos meus amigos, pelas vezes que não pude estar junto em decorrência da dissertação;

A todos, paráfrase de "Canção dos Tamoios", com Fernando Pessoa e "O Rappa":

Não chores, meu filho, Não chores;/ Que a vida é luta renhida:/ Viver é lutar/ A vida é combate,/ Que os fracos abate,/ Que os fortes, os bravos/ Só pode exaltar/ O forte, o covarde/ Seu espírito inveja/ De o ver na peleja/ Garboso e feroz;/ Sê bravo, sê forte!/ Não fujas da luta,/ Que a luta há de vir!/ E pois que és Rodrigues,/ Orgulho me dás;/ Barbosa nasceste,/ Valente serás/ Sê duro guerreiro,/ Brasão de ti mesmo/ Na guerra e na paz./ Teu grito de guerra/ Retumbe aos ouvidos/ De inimigos transidos/ Por vil comoção;/ E tremam de ouvi-lo/ Pior que o sibilo/ Das setas ligeiras,/ Pior que o trovão./ Porém se a fortuna,/ Traindo teus passos,/ Te arroja nos laços/ Do inimigo cruel!/ Tua história memora,/ Impávido, audaz./ E segue em frente para mais alto brasão/ Sim, viver é lutar./ Porém, se o duro combate/ Os fracos abate,/ Aos fortes, aos bravos,/ Só irá exaltar. Valeu a pena cada segundo, pois minha alma não foi pequena e escrevi as palavras de um livro hoje com o mais belo final.

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO.....	9
1	NEUROPOLÍTICA E NEUROMARKETING: conceituação, ferramentas de instrumentalização e impacto eleitoral.....	13
	1.1 Da neuropolítica: produto da economia de dados e do neuromarketing.....	13
	1.2 O neuromarketing eleitoral e suas ferramentas de instrumentalização: mineração de dados, algoritmos, bots e jingles.....	16
	1.3. A escolha racional e sua subversão pelo neuromarketing.....	24
	1.4. Impacto na seara eleitoral: uma análise da jurisprudência dos Tribunais Regionais Eleitorais e do Tribunal Superior Eleitoral.....	28
2.	DO NÚCLEO CONSTITUCIONAL: o direito à cidadania, à privacidade, ao sigilo do voto e ao sufrágio.	42
	2.1 O direito à cidadania.....	43
	2.2 O direito à privacidade.....	46
	2.3 O direito ao sigilo do voto.....	51
	2.4 O direito à liberdade de sufrágio enquanto escolha racional.....	53
3.	DO NÚCLEO INFRACONSTITUCIONAL: a Lei nº 13.709/2018, a Lei nº 9.504/97 e a Resolução do TSE nº 23.610/2019.....	56
	3.1 Da Lei Geral de Proteção de Dados.....	57
	3.1.1 Da autodeterminação informativa.....	58
	3.1.2 Do livre desenvolvimento da personalidade.....	62

	3.2 Do núcleo eleitoral: o direito à propaganda eleitoral.....	64
4.	NEUROMARKETING E DIREITOS POLÍTICOS FUNDAMENTAIS: uma proposta de regulação e de sua instrumentalização.....	68
5.	TUTELAS SUBNACIONAIS NA PRESERVAÇÃO DA LIBERDADE DE SUFRÁGIO.....	75
6.	CONCLUSÕES.....	80
	REFERÊNCIAS.....	89
	APÊNDICE.....	98

INTRODUÇÃO.

Na dicção do artigo 1º, *caput*, da Constituição Federal de 1988 (CRFB/88), o Brasil constitui-se em um Estado Democrático de Direito que possui, entre seus fundamentos, o pluralismo político, garantido no inciso V do referido dispositivo constitucional (BRASIL, 1988).

Nessa condição, segundo de Morais e Streck (2013, p. 113), o Estado brasileiro, quando da Constituinte de 1987-1988, assumiu para si o compromisso de fomentar a participação pública no processo de construção e mudança social. Não à toa, no parágrafo único do artigo 1º da Magna Carta de 1988 (BRASIL, 1988), os constituintes estabeleceram que o detentor originário do poder político era o povo, o qual o exerceria de modo direto ou através de representantes eleitos.

Observe-se, ademais, que o voto popular é um instrumento necessário na alternância de poder e avaliação dos atuais detentores de cargos eletivos, haja vista, na ausência de uma boa avaliação, ser possível, por meio do voto, não renovar o mandato da pessoa de determinado indivíduo, promovendo, assim, a alternância de poder.

Ainda, veja-se que a Constituição de 1988 estabelece, no *caput* e incisos de seu artigo 14 (BRASIL, 1988), as formas pelas quais o poder popular será exercido, quais sejam: voto direto e secreto, plebiscito, referendo e iniciativa popular. Dessas, a utilizada com mais frequência é o voto, haja vista a periodicidade dos pleitos eleitorais, que ocorrem, em diferentes níveis federativos, a cada dois anos.

Observe-se, outrossim, que a Constituição de 1988, em seu artigo 60, § 4º, II, estabelece, como requisitos ao exercício do voto, que ele seja direto, secreto, universal e periódico. Mais ainda, institui essas garantias no rol das cláusulas pétreas, evidenciando a relevância política das mesmas à manutenção do modelo político de democracia brasileira, *in casu*, o Estado Democrático de Direito (BARROSO, 2015, p. 202).

Insta salientar, por necessário, que, muito embora sejam usadas como sinônimos, há uma distinção entre o sufrágio e o voto. O primeiro consiste no direito de votar e ser votado, podendo ser dividido, por conseguinte, em ativo (votar) e passivo (ser votado). É, por conseguinte, a essência mesma do ato político. Já o voto é a forma pela qual o cidadão exerce o sufrágio (GUEDES, 2013, p. 663-664).

Referida diferenciação torna-se necessária haja vista o presente trabalho investigar uma possível violação ao direito de votar em si por potencial influência indevida na vontade mesma

do indivíduo. Essa ação indevida, por sua vez, refletirá, naturalmente, no exercício do voto. Entretanto, foi opção deste autor investigar a origem da problemática.

Vale ressaltar, outrossim, que, muito embora não esteja positivado, um princípio necessário à garantia do exercício regular do direito ao voto é a liberdade de sufrágio, que tem, como uma de suas manifestações, o sufrágio ativo, ou seja, a liberdade de convencimento e informação por parte do eleitorado (GUEDES, 2013, p. 665).

Tal liberdade de convencimento, entretanto, aparenta estar sob ameaça haja vista ser o foco de atuação do *neuromarketing*, que visa influenciar, como forma de negócio, a vontade política do indivíduo.

Nesse contexto, a dissertação teve por objetivo geral pesquisar sobre o *neuromarketing* eleitoral no contexto dos direitos políticos, especificamente o direito ao voto, nomeadamente, um dos requisitos para o exercício desse direito: a liberdade de sufrágio.

Assim, esta dissertação foi desenvolvida visando responder a seguinte pergunta de pesquisa: o *neuromarketing* eleitoral viola a liberdade de sufrágio? Para tanto, elaborou-se a hipótese de que o *neuromarketing* viola o sigilo do voto na medida em que influencia indevidamente na formação do convencimento político do eleitorado.

Para testar a hipótese de pesquisa acima mencionada, empreendeu-se a uma análise da constitucionalidade e da legalidade do uso dessa técnica por meio das metodologias dogmática, teórica e empírica, além dos métodos hipotético-dedutivo e dialético. Para isso, foram estabelecidos dois núcleos em torno dos quais o trabalho foi organizado: constitucional e infraconstitucional.

De início, será analisada a técnica do neuromarketing, especificamente seu uso na propaganda eleitoral. Principiando pela sua definição, serão apresentados, face ao caráter eminentemente jurídico da dissertação, apenas os elementos essenciais à compreensão de seu funcionamento. Tratar-se-á de sua relação com a economia de dados, com a neuropolítica (sendo o neuromarketing o instrumento por meio do qual operacionaliza-se a neuropolítica) e algumas de suas principais ferramentas de instrumentalização (no caso, mineração de dados, algoritmos, *bots* e *jingles*).

Igualmente, serão introduzidos os principais conceitos da teoria da escolha racional, a subversão desta pelo neuromarketing e, por fim, o impacto na seara eleitoral de técnicas de neuromarketing, o que se fará através de uma pesquisa empírica quali-quantitativa nas bases de dados dos Tribunais Regionais Eleitorais (TRE's) e do Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

Em sucessivo, no núcleo constitucional, serão analisados os direitos à cidadania, à privacidade, ao sigilo do voto e à liberdade de sufrágio enquanto escolha racional, investigando-se seus conteúdos tanto a partir da doutrina quanto da localização do direito examinado no corpo constitucional. Ainda, será feita a diferenciação entre a liberdade de sufrágio e o direito ao sufrágio.

Após, será examinado o que se denominou de núcleo infraconstitucional da dissertação, no qual foram analisadas as leis nº 13.709/2018 (LGPD ou Lei Geral de Proteção de Dados) e nº 9.504/97, além da Resolução nº 23.610/2019, do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), que regula a propaganda eleitoral.

Na Lei Geral de Proteção de Dados, serão investigadas a autodeterminação informativa e o livre desenvolvimento da personalidade, previstos no artigo 2º, II e VII, LGPD (BRASIL, 2018) e fundamentos da proteção dos dados pessoais dos eleitores, os quais, por sua vez, são intrinsecamente necessários para a construção da técnica analisada na presente dissertação, qual seja, o neuromarketing. Especificamente, buscou-se identificar o núcleo destes fundamentos e sua contribuição para a formação do núcleo de teste da hipótese de pesquisa levantada.

No domínio da Lei nº 9.504/97, teve-se como objetivo fixar, através da análise conjunta da Resolução nº 23.610/2019 do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), os padrões mínimos que devem ser mantidos no emprego de técnicas de propaganda eleitoral.

No Tópico 4, será apresentada uma proposta de regulação do neuromarketing tendo em face suas possíveis colisões com os direitos fundamentais e infraconstitucionais. Ademais, serão apresentadas propostas de instrumentalização do regulamento, através das tutelas de remoção do ilícito ou das tutelas inibitórias, examinando sua constitucionalidade, sobretudo em relação à vedação à censura. Em tempo, será apresentada uma terceira forma de regularização, que parte das normas postas, mas que atua de forma a prevenir ilícitos, qual seja, o *compliance* eleitoral.

Por fim, no Tópico 5, será brevemente analisado o papel das tutelas subnacionais na preservação da liberdade de sufrágio, tendo em vista, sobretudo, o esquema constitucional de divisão de competências.

Por necessário, insta consignar que não se desconhece a diferença entre os institutos da propaganda, da publicidade e do marketing. A primeira é uma prática definida no artigo 5º da Lei nº 4.680/1965 como forma remunerada de difusão de ideias, mercadorias ou serviços por parte de um anunciante identificado (BRASIL, 1965).

Já a publicidade encontra-se, nos termos do artigo 73, VI, *b* da Lei nº 9.504/1997 (BRASIL, 1997), atrelada à divulgação de atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais ou das respectivas entidades da administração indireta. É, nos termos de Pimentel (2019, p. 27-28), difusão comunicacional de conteúdo sobre a gestão governamental sem que, entretanto, haja pedido de voto.

Por fim, *marketing* é uma expressão que, a partir das ideias de Santos Júnior (2009, p. 2-3), está mais relacionada à prática empresarial e como parte de uma estratégia da busca de lucros.

Apesar das diferenças conceituais acima referenciadas, em decorrência da pergunta de pesquisa ter por foco o *neuromarketing* e as possíveis violações à sistemática dos direitos fundamentais políticos, nomeadamente, a liberdade de sufrágio, na presente dissertação, os três termos anteriores (propaganda, marketing e publicidade) serão considerados sinônimos.

Por derradeiro, é bem verdade que seria possível responder à pergunta de pesquisa proposta tão somente a partir de uma análise constitucional, tornando, assim, desnecessária a análise infralegal, haja vista a Constituição Federal de 1988 ser fundamento primeiro de validade de quaisquer práticas e normas nacionais, dada a sua supremacia normativa.

Entretanto, uma pesquisa fundada na lei que consolidou as normas protetivas da privacidade e proteção de dados no Brasil (a LGPD) e nas legislações e resoluções eleitorais específicas proporciona maior densidade de análise.

Mais ainda, a aprovação da Emenda Constitucional nº 115/2022 e o acréscimo ao artigo 5º do LXXVIII positivou a proteção dos dados pessoais, inclusive em meios digitais, como direito fundamental, demandando, assim, uma análise tão completa quanto possível considerando a limitação temporal para a produção desta dissertação.

Pelo exposto, dada a complexidade do direito analisado e sua essencialidade à manutenção do Estado Democrático de Direito, foi necessário proceder a uma análise constitucional, legal (Leis nº 9.504/97 e 13.709/2018) e regulamentar (Resolução/TSE nº 23.610/2019).

1. NEUROPOLÍTICA E NEUROMARKETING: conceituação, ferramentas de instrumentalização e impacto eleitoral.

No presente tópico, será analisada a técnica de neuromarketing aplicado ao contexto eleitoral, com o objetivo de introduzir o leitor a problemática ora analisada, uma de suas técnicas principais (a mineração de dados) e um dos modos de veiculação da propaganda eleitoral (os bots e jingles), além de um fenômeno associado, a neuropolítica.

Nesse contexto, será apresentada a relação entre o neuromarketing e a neuropolítica, sendo o neuromarketing o instrumento por meio do qual se tornou possível exercer a neuropolítica. Igualmente, trazendo para o contexto da dissertação, será estabelecida a relação entre a construção do neuromarketing e como ele viola o sigilo do voto, considerando o marco teórico já estabelecido.

Outrossim, será realizada uma pesquisa na base jurisprudencial dos Tribunais Regionais Eleitorais (TRE 's), com vistas à verificação de eventual existência de critérios para avaliação da constitucionalidade e legalidade do neuromarketing e sua possível regulação e verificação de sua possível generalização.

Ainda, será realizada uma análise acerca da teoria da escolha racional e sua relação com o neuromarketing e a neuropolítica.

1.1. Da neuropolítica: produto da economia de dados e do neuromarketing.

O presente subtópico tem por objetivo definir a técnica do neuromarketing, trazendo os elementos essenciais à sua compreensão e seu impacto na seara eleitoral. De início, cumpre consignar que o neuromarketing pode ser compreendido, a partir de Díaz-Campo *et al.* (2020, p. 1), como as contribuições realizadas a partir da aplicação dos conhecimentos de neurociência ao campo do marketing.

Especificamente, pesquisas realizadas sobre os mecanismos de tomada de decisão foram capazes de identificar mecanismos cerebrais que atribuem um valor a uma determinada opção com base em experiências anteriores, ao mesmo tempo que compara com as alternativas disponíveis.

Igualmente, o neuromarketing permitiu identificar como o tipo de mídia na qual a propaganda é inserida impacta a reação emocional da audiência (DÍAZ-CAMPO *et al*, 2020, p. 4). Dessa forma, foi identificado, nos estudos de Muñoz-Leiva *et al* (2019, p. 91), entre outros,

que as campanhas de marketing são mais eficientes em termos de captação de audiência quando veiculadas através de textos curtos e do uso de celebridades para captar o uso de potenciais consumidores.

Referida estratégia, por sua vez, tem sido utilizada também na política, como se percebe da análise da última campanha presidencial, na qual era comum a ambos os presidenciáveis no segundo turno recorrerem a pessoas conhecidas, do meio artístico ou literário, para declararem seus votos publicamente, como uma estratégia de validação das respectivas candidaturas.

Mais ainda, a candidatura de um dos presidenciáveis recorria constantemente ao uso de mensagens em redes sociais, as quais são rápidas de consumir e espalham-se rapidamente. Dessa forma, observa-se, ao menos em primeira vista, a aplicabilidade da estratégia teoricamente descrita.

Quando as estratégias do neuromarketing começam a ser empregadas no ramo da política, surge o ramo da neuropolítica. Por conseguinte, no entendimento deste autor, a neuropolítica é uma etapa posterior ao neuromarketing, sendo, portanto, mais do que a definição de Schreiber (2017, p. 118), segundo o qual a neuropolítica é a interseção entre a neurociência e a ciência política.

A partir do desenvolvimento da neuropolítica, por sua vez, foi possível entender, por exemplo, como as relações de poder se desenrolam no limiar da intencionalidade e da consciência (THIELE, 2005, p. 137). Dito de outro modo, como as escolhas políticas *stricto sensu* (escolhas de candidatos, no que pertine a essa dissertação) são influenciadas sem que o eleitor, por vezes, tenha consciência disso.

Vale consignar, igualmente, a partir da percepção de que a neuropolítica surgiu da aplicação do neuromarketing às relações políticas, que há, contemporaneamente, uma mercantilização da política, por meio da adoção de estratégias típicas de mercado à seara eleitoral.

Essa mercantilização, por sua vez, é um produto do fenômeno conhecido como colonialismo de dados, descrito por Couldry e Mejias (2019, p. 2) como a quantificação do social e apropriação da vida humana com reconstrução dos espaços sociais. Aqui, cabe fazer algumas considerações.

De início, merece críticas a denominação "colonialismo de dados" ao fenômeno descrito. Muito embora os autores afirmem que referida denominação foi escolhida porque, à semelhança do que ocorria à época do colonialismo europeu, com a apropriação de territórios, há hoje uma apropriação dos dados dos indivíduos e sua aplicação nas relações de poder, utilizar

um termo aplicado para descrever um fenômeno político, social e militar ocorrido nos séculos XIV a XVII a um fenômeno do século XXI parece não ser a denominação mais adequada haja vista o interregno temporal.

No entender deste autor, mais apropriado seria utilizar a denominação de Zuboff (2019, p. 21), qual seja, capitalismo de vigilância. A uma porquanto o colonialismo estava intrinsecamente relacionado a dominações territoriais e extração de recursos, sobretudo naturais, desses territórios. Disto a necessidade de poderio militar. A duas porque a economia de dados é construída sobre uma commodity inesgotável, *in casu*, os dados gerados pelos indivíduos e coletados de diversas fontes, o que, agregado à concentração das empresas em grandes conglomerados, acarreta a concentração de dados em poucas empresas.

Mais ainda, uma diferença entre o colonialismo e o capitalismo de dados é que, em substituição ao poderio militar, cresceu a influência sobre as pessoas, enquanto indivíduos e enquanto inseridos em um coletivo.

A influência do capitalismo de dados sobre o desenvolvimento e formação do indivíduo, por sua vez, foi denominado por Floridi (2011, p. 477) como identidades pessoais online (PIO, na sigla em inglês). Essas identidades online, de seu turno, podem ser compreendidas como o produto das interações do indivíduo com o meio digital no qual está inserido, afetando a forma pela qual o indivíduo compreende a si mesmo, seu comportamento moral e suas expectativas éticas. Assim, uma vez afetadas a moral e a ética individuais, afeta-se a coletividade, haja vista serem esses os guias de ação dos indivíduos.

Até aqui, viu-se que o neuromarketing pode ser compreendido como a aplicação do conhecimento obtido das pesquisas em neurociência ao campo do marketing e das campanhas publicitárias, com vistas a aumentar o engajamento na compra de produtos. Mais ainda, viu-se que, ao aplicar esse conceito às escolhas políticas stricto sensu, qual seja, a escolha de um candidato, o neuromarketing passa a ser denominado de neuropolítica.

Vale destacar, entretanto, que a aplicação do neuromarketing às escolhas políticas dos candidatos apresenta, a princípio, algumas incompatibilidades com as garantias constitucionais eleitorais, o rol do art. 5º da Magna Carta de 1988 e a legislação infraconstitucional protetiva da privacidade.

A primeira delas reside na forma através da qual os dados são obtidos. A exemplo do ocorrido no escândalo da Cambridge Analytica, na qual a rede social Facebook realizou questionários aparentemente inofensivos com os seus usuários e, sem que os mesmos soubessem, repassava os dados obtidos dos usuários, de forma que foi possível construir um

mapa de preferências políticas dos cidadãos estadunidenses. Nessa situação, há uma violação ao que, no Brasil, seria a autodeterminação informativa, que, como se verá, consiste no poder de determinar, unilateral e exclusivamente, o que é feito com os próprios dados.

No Brasil, igualmente, há formas de obtenção dos dados das pessoas que implicam uma violação semelhante à acima descrita. Em diversos websites, por exemplo, há a utilização de termos de uso nos quais é informado que, ao consentir com os referidos termos, o usuário concorda com a utilização de seus dados, inclusive os de navegação, pela empresa detentora do site.

Veja-se, porém, que, ao não poder recusar consentimento (sendo essa a base legal de tratamento de dados pessoais), este deixa de ser livre, viciando e inutilizando referida base legal.

Mais ainda, é comum, sobretudo no Brasil, em que predominam empresas de pequeno e médio porte nos termos da lei, a contratação de terceirizados para a realização de partes intermediárias do serviço. Comumente, por exemplo, contratam-se serviços de hospedagem e de armazenamento sediados em países estrangeiros, sem que isso seja informado ao titular dos dados. Dessa forma, é violada a autodeterminação informativa, porquanto o titular dos dados não tem conhecimento de todo o caminho percorrido por suas informações.

1.2 O neuromarketing eleitoral e suas ferramentas de instrumentalização: mineração de dados, algoritmos, bots e jingles.

No presente subtópico, será analisada a técnica da mineração de dados, uma das ferramentas utilizadas para a obtenção de dados e produção de conhecimento acerca do eleitorado. Ainda, foi feita uma análise acerca dos jingles e dos *bots*, respectivamente, o instrumento que potencialmente causa danos à livre manifestação política do eleitorado e o veículo que viabiliza esses danos.

Insta consignar que o neuromarketing não se restringe às ferramentas apresentadas neste capítulo. A rigor, sequer existe apenas um tipo de mineração de dados, sendo esta uma espécie de gênero, no qual são inseridas várias técnicas diferentes, por exemplo, regressão, predição e classificação. Desse modo, e por ser esta uma dissertação jurídica, aqui será feita uma análise da mineração de dados de modo geral, de modo a favorecer uma compreensão ampla do leitor.

Outrossim, não se desconhece que a propaganda eleitoral pode ser veiculada por diversos meios, entre os quais se incluem os bots, e de diversas formas, dentre as quais estão os jingles. Contudo, a análise será centrada nos bots, porquanto esses favorecem a repetição dos

impulsionamentos de propagandas e, como se verá, a dissimulação de comportamentos quando em interação com seres humanos.

Igualmente, o fato de, como se verá adiante, não terem sido encontrados resultados para pesquisas com o termo "bots" denota a ausência de enfrentamento da temática pelos tribunais, pelo que se revela útil a pesquisa nessa temática até mesmo com vistas à maior familiarização do Judiciário com referida prática. Dito isto, passa-se ao enfrentamento da questão.

De início, é válido salientar que os *bots* são a denominação abreviada de *software robots*, os quais podem ser compreendidos como algoritmos computacionais que, automaticamente, produzem conteúdo e interagem com seres humanos, sobretudo em redes sociais, simulando o agir humano e, possivelmente, alterando o comportamento de indivíduos (DAVIS *et al*, 2016, p. 96).

Referida alteração comportamental, por sua vez, pode ser resultado da mudança na frequência de expressões positivas e negativas em postagens nas redes sociais, como aliás já demonstrado empiricamente por Guillory, Hancock e Kramer (2014, p. 8788).

Por sua vez, se for associado a determinado candidato expressões negativas, ou, mais ainda, imagens negativas, pode-se, com razoável grau de certeza, baseado na pesquisa mencionada no parágrafo anterior, estimar que potenciais eleitores serão desencorajados a escolher o candidato alvo das difamações.

Outro uso dos bots é através da criação e alimentação de perfis falsos com informações coletadas na internet, perfis esses capazes de suscitar discussões na internet. Mais do que isso, esses bots são capazes de engajar mais pessoas, simplesmente seguindo-as em redes sociais, aumentando sua rede de influência.

Vale salientar, entretanto, que os bots, para terem uma atuação efetiva, necessitam de dados para serem corretamente programados, treinados e direcionados. Nesse esforço de obtenção de dados, recorre-se, com frequência, à técnica da mineração de dados.

A mineração de dados, por sua vez, pode ser entendida, a partir de Kantardzic (2020, p. 2-3), como o processo de aplicar metodologia computacional na descoberta de conhecimento a partir de dados. Aqui, cumpre fazer uma breve diferenciação entre dados e conhecimento.

Dados são a informação obtida em estado bruto, sem qualquer tipo de tratamento, de forma que não há qualquer tipo de associação passível de ser feita entre os dados. Nessas condições, há pouca utilidade para os partidos políticos ou qualquer outra pessoa jurídica de direito privado.

Após serem submetidos a algoritmos específicos, é possível realizar deduções a partir dos dados agora organizados. A essas deduções dá-se o nome de conhecimento. Assim, o conhecimento pode ser compreendido como os dados organizados e apresentados em forma inteligível por humanos.

No que se refere às principais aplicações da mineração de dados, por sua vez, estas estão relacionadas à predição e à descrição. A predição envolve o uso de variáveis com o objetivo de prever valores desconhecidos ou futuros de outras variáveis. Já a descrição busca revelar padrões e relações entre os dados.

Assim, é por meio da predição que se calcula a probabilidade de que determinado eleitor, situado em determinada faixa de renda e com um específico nível de instrução escolha um candidato específico. Por sua vez, é através da descrição que, obtida uma base de dados, por vezes comercializadas na internet, pode-se extrair relações não aparentes em uma primeira análise do *data set*.

Aqui, percebe-se a relevância da aplicação, sobretudo pelos magistrados incumbidos de funções eleitorais, de assegurar a aplicação do princípio da autodeterminação informativa. Isso porque referido fundamento, como já aliás se discorreu alhures, tem o papel de assegurar que os titulares de dados, no caso, os eleitores, possuem controle em regra absoluto sobre quem acessa os seus dados e como eles são tratados.

Mais ainda, vale consignar que um dos principais instrumentos utilizados na mineração de dados para atingir os resultados de predição ou descrição, são os algoritmos. Esses, por sua vez, podem ser compreendidos como instruções para resolver um problema ou completar uma tarefa, visando a otimização de todas as tarefas nas quais estão empregados (ANDERSON e RAINIE, 2019, p. 3).

No caso, os algoritmos são utilizados para extrair sentido das bases de dados por eles obtidas com vistas a obter conhecimento não advindo de dados diretamente fornecidos pelos eleitores, de sorte que resta violada a autodeterminação informativa.

Entre as bases de dados passíveis de serem utilizadas estão dados relativos a ações aparentemente despretensiosas quanto "curtir" uma publicação no Instagram ou seguir determinado indivíduo de grande fama na internet, conhecidos como influenciadores. Esses dados, quando tratados, permitem deduzir, segundo Graepel, Kosinski e Stillwell (2013, p. 5802), com 88% de acerto, a orientação sexual do indivíduo; com 95% de acerto, a etnia; e com 85% de acerto, a preferência política.

Muito embora o estudo mencionado no parágrafo anterior tenha sido conduzido nos Estados Unidos, por se tratar de algoritmo computacional, sua aplicabilidade seria a mesma e sua precisão, muito maior, considerando a maior quantidade de informações que fornecemos, o uso mais frequente de redes sociais contemporaneamente e o desenvolvimento e especialização das tecnologias.

Por fim, vale consignar a relevância da transparência algorítmica e de dados no processo de regulação do neuromarketing. Sobre a transparência algorítmica, tem-se que essa pode ser compreendida, a partir de Cho, Cotter e Rader (2018, p. 1), nos seguintes termos:

> Transparency involves encountering non-obvious information that is difficult for an individual to learn or experience directly, about how and why a system works the way it does and what this means for the system's outputs. Transparency mechanisms provide opportunities for users to gain familiarity with aspects of a system that are usually hidden and can change people's beliefs about a system and their interactions with it. Greater transparency allows people to question and criticize the system in order to develop appropriate reliance instead of blind faith.[1]

A partir da leitura do trecho acima, é possível perceber que a transparência está relacionada à facilitação do entendimento do indivíduo acerca do tratamento de seus dados pessoais. Através da transparência, torna-se possível, como mencionado, o questionamento do sistema e, por consequência, um maior empoderamento político.

Ocorre, porém, que alguns algoritmos computacionais apresentam baixa taxa de transparência, de sorte que, até mesmo para quem os desenvolveu, torna-se difícil explicar o procedimento através do qual os resultados foram obtidos. Esses algoritmos, entretanto, apresentam maior acurácia em suas previsões, sendo, em regra, os mais empregados com vistas a dar maior efetividade às campanhas publicitárias.

Nesse cenário, observa-se um conflito entre dois direitos. O primeiro é o direito à propaganda eleitoral eficiente, tanto do ponto de vista econômico quanto da perspectiva eleitoral (maior investimento com maior retorno em votos e em economia de recursos). Esse direito, como visto anteriormente, pode ser extraído do fundamento republicano do pluralismo político.

---

[1] Tradução livre: A transparência envolve encontrar informações não óbvias que são difíceis para um indivíduo aprender ou experimentar diretamente, sobre como e por que um sistema funciona da maneira que funciona e o que isso significa para os resultados do sistema. Mecanismos de transparência oferecem oportunidades para os usuários se familiarizarem com aspectos de um sistema que geralmente estão ocultos e podem mudar as crenças das pessoas sobre um sistema e suas interações com ele. Maior transparência permite que as pessoas questionem e critiquem o sistema para desenvolver a confiança apropriada em vez da fé cega.

O segundo direito em conflito é o direito à privacidade e à proteção de dados, que envolve, como também já visto anteriormente, à proteção da esfera de determinação absoluta do indivíduo sobre as informações a seu respeito. Referido direito antes já podia ser extraído das garantias fundamentais do art. 5º, CRFB/88 e que agora, está explicitado no texto constitucional.

Nessa situação, de choque entre um direito fundamental e um fundamento republicano, cabe recorrer à técnica da ponderação para resolução deste conflito. Para isso, será seguido, em essência, o roteiro proposto por Barroso (2015, p. 372 e ss.): identificação das normas em conflito, dos fatos relevantes no caso em concreto e, por fim, sopesamento das normas conflitantes, considerando a repercussão dos fatos, a razoabilidade e a proporcionalidade.

Por mais que se reconheça a validade da forma de análise proposta pelo hoje Ministro do STF, a essas etapas serão acrescentadas análises finalísticas e topológicas ao roteiro proposto, de sorte a apresentar a solução que se entende mais adequada ao conflito surgido, até mesmo em complemento ao roteiro proposto por Luís Roberto Barroso.

Conforme visto, os direitos em colisão são o direito à privacidade e à propaganda eleitoral, este último especificamente quando invocado para fundamentar a veiculação e aprimoramento das campanhas através da obtenção dos dados pessoais dos cidadãos por meio de algoritmos de mineração de dados, avaliar a probabilidade de escolherem determinada candidatura.

Identificados os direitos e a situação fática na qual estão em confronto, passa-se ao seu sopesamento, tendo em vista a repercussão dos fatos, a razoabilidade e a proporcionalidade.

Para decidir qual direito deve prevalecer, deve-se considerar, na perspectiva deste autor, primeiramente, a topologia constitucional dos direitos em colisão. Por mais que o pluralismo político, esteio constitucional do direito à propaganda eleitoral, constitua fundamento da República brasileira, a privacidade e a proteção de dados são direitos fundamentais, já anteriormente dedutíveis dos incisos X e XII, e agora positivado no inciso LXXIX, todos do artigo 5º da Constituição Federal de 1988 (BRASIL, 1988).

Dessa forma, constituem o que se denomina de bloco de constitucionalidade, ou seja, um conjunto de normas, expressa e não expressamente constitucionais, porém de conteúdo constitucional, que, por estarem umbilicalmente ligadas à dignidade da pessoa humana, encontram-se acima até mesmo das normas de organização estatais.

No caso, a privacidade e proteção de dados relacionam-se à dignidade humana porquanto asseguram o adequado exercício do fundamento à cidadania, trabalhado no subtópico

2.1, ao qual se remete. Mais ainda, afetam, como também já trabalhado, a manifestação da vontade do eleitor, comprometendo, possivelmente, o resultado da própria eleição.

Referido comprometimento do pleito eleitoral, por consequência, pode levar ao poder um candidato com propostas potencialmente diferentes das que seriam do melhor interesse da parcela de eleitores indecisos, os quais, em regra, decidem uma eleição. O potencial decisivo dos eleitores inicialmente indecisos, por sua vez, pode ser deduzido das pesquisas do Instituto PoderData[2], segundo o qual o percentual de eleitores indecisos, nos diferentes cenários de 1º e 2º turno é de até 5%, podendo, conforme a margem de erro, chegar a 7% do eleitorado, o que corresponde a 10,3 milhões de votos[3], quantitativo potencialmente decisivo em eleições majoritárias, a exemplo das presidenciais.

Vale consignar, mais ainda, que é do próprio interesse dos partidos que as eleições ocorram da forma mais escorreita possível, a fim de que de fato o partido que tenha conquistado mais adeptos em decorrência de seu programa logre resultado positivo ao final do pleito e não aquela coligação que tenha contratado a melhor consultoria de marketing com os melhores *bots* de direcionamento de campanha.

Outrossim, veja-se que os fundamentos contidos no art. 1º da Constituição Federal de 1988 direcionam a ação estatal, que, por sua vez, deve estar voltada para a consolidação dos direitos contidos no art. 5º da Magna Carta de 1988. Dessa forma, deve-se sempre fazer a leitura dos fundamentos constitucionais à luz dos direitos fundamentais.

Aplicando-se a solução proposta à temática dos algoritmos computacionais para mineração de dados e descoberta de conhecimento e a necessária transparência, é de se concluir que, em decorrência da escolha política feita pelos constituintes originário e reformador, deve prevalecer o direito à privacidade e à proteção de dados em relação ao direito à propaganda eleitoral.

Entretanto, conforme se verá no tópico 4 acerca da regulação do uso do neuromarketing e até mesmo em homenagem à técnica da ponderação acima vista, não se pode sacrificar

---

[2] A primeira pesquisa foi escolhida a partir de consulta feita no dia 20/02/2021 à base de pesquisas eleitorais registradas no Tribunal Superior Eleitoral e seguindo os seguintes critérios: conduzida até 01 (hum) ano antes da realização das eleições presidenciais de 2022 (02/10/2022), com o número de entrevistados mais significativo, na base territorial mais abrangente, com resultados já disponibilizados e com data de término mais recente. Já a segunda pesquisa foi selecionada por também preencher os requisitos selecionados e indicar, de forma explícita, o percentual de rejeição. Registro no TSE: BR-06942/2022 e BR-02137/2022.

[3] Total do eleitorado extraído do site do TSE, no dia 20/02/2022, referente a janeiro de 2022, na aba Eleitor/ Estatísticas do eleitorado/Estatísticas do eleitorado- Consulta por região/UF/Município.

inteiramente o direito à propaganda eleitoral efetivado através da mineração de dados. Porém, deve-se regulá-lo, o que se deixa para tópico próprio.

Vale salientar que o direito à propaganda eleitoral deve ser efetivado através de algoritmo 100% auditável e explicável, mesmo que isso implique redução do percentual de acerto do algoritmo em suas previsões eleitorais, justamente em função do predomínio do direito à proteção de dados visto acima.

Veja-se, outrossim, que o uso de algoritmos 100% auditáveis deve ser acompanhado de outras estratégias de transparência, por exemplo, o uso de *disclaimers* nas pesquisas eleitorais sobre a forma como os dados serão utilizados, assim como a construção de *data flows* e *data mappings*.

Os dois últimos instrumentos acima referenciados, especificamente, são mais comuns no âmbito da aplicação da Lei Geral de Proteção de Dados. Entretanto, na medida em que permitem saber quais dados a organização possui (o *data mapping*), bem assim por onde circulam e onde se encontram no âmbito intraorganizacional (*data flow*) permitem à organização (*in casu*, o partido), saber quais dados são desnecessários e se todas as operações de coleta de dados encontram-se devidamente embasadas.

Os mecanismos de transparência apontados ajudam a reduzir os efeitos dos vieses algorítmicos, especificamente um dos indicados por Anderson e Rainie (2017, p. 4), o aprofundamento das divisões sociais. Esse aprofundamento decorre não apenas da restrição da exposição dos eleitores a ideias diferentes, mas também do enviesamento das próprias políticas públicas, as quais viciadas pelas bases de dados coletadas, podem levar os idealizadores de políticas públicas a focar suas propostas apenas em determinado setor da sociedade.

Por fim, cabe discorrer acerca dos jingles e de seu mecanismo de funcionamento. De início, vale consignar, a partir de Shakil e Siddiqui (2019, pp. 21 e 28), que jingles são melodias com letras que, por vezes, lembram músicas conhecidas popularmente, que apresentam um padrão repetitivo, curta extensão e fácil e explícita associação com o candidato que se está promovendo. Ainda consoante a pesquisa referida, constatou-se que os jingles colaboram na retenção mental do produto e a posterior compra em decorrência do uso do jingle.

Contudo, vale consignar que, por mais que o presente trabalho necessite, em decorrência de seu caráter algo exploratório, recorrer a pesquisas feitas por outras áreas do conhecimento, como se denota dos diálogos com publicidade e ciências da computação, a pesquisa referida no parágrafo anterior serve tão somente de indício para estudos posteriores. Isso porque, a uma, foi conduzida no Paquistão e, a duas, apresenta baixo valor dos pesquisados (N=100).

Entretanto, para os fins para os quais foi aqui utilizado (meramente conceituais), referido artigo é passível de ser utilizado.

Ao final do presente subtópico, viu-se que os *bots* são sequências de instruções computacionais desenvolvidas para interagir com o ser humano, no caso eleitoral, induzi-lo, seja diretamente pela exposição de material propagandístico, seja indiretamente, através de exibição repetida de material negativo acerca dos opositores, a adotar determinada convicção política e escolha de candidato.

Para a efetividade da atuação dos bots, por sua vez, viu-se ser necessário o emprego de técnicas de mineração de dados com vistas à obtenção de conhecimento. Este pode ser entendido como a informação útil a determinado propósito extraída dos dados brutos coletados. A mineração de dados, de seu turno, pode ser compreendida como o emprego de técnicas computacionais voltadas à obtenção de conhecimento em determinada base de dados.

O conhecimento obtido, por sua vez, é aplicado na predição da probabilidade de um determinado indivíduo, considerando sua faixa etária, renda mensal, idade e uma série de outros fatores, escolher determinado candidato. Caso o resultado da predição não seja o desejado para o partido em específico, direciona-se material propagandístico àquele indivíduo.

Viu-se, também, que para efetivar a técnica da mineração de dados, são empregados algoritmos, entendidos como instruções em sequência para cumprimento de uma tarefa específica. No uso desses algoritmos, porém, há risco de enviesamento e ausência de transparência na forma como eles obtêm seus resultados.

Dessa forma, torna-se necessária a elaboração de inventário de dados, para contenção de dados desnecessário, bem assim a fundamentação de todas as operações de coleta de dados, com uso de algoritmos 100% auditáveis, ainda que isso implique diminuição do percentual de acerto do algoritmo em suas previsões eleitorais.

Por derradeiro, viu-se que os jingles são melodias com letras que se repetem, de curta duração e que associam o candidato a características específicas e desejáveis. Essas letras, por sua vez, são construídas a partir do conhecimento obtido da mineração de dados, com vistas a aumentar as chances de convencer o eleitorado.

Dessa forma, resumindo todo o processo, tem-se que as organizações políticas, a partir de suas próprias bases de dados ou através de outras adquiridas de forma on-line, utilizam algoritmos computacionais para minerar a massa de dados brutos que possuem, obtendo conhecimento.

De posse desse conhecimento, programam robôs virtuais (os *bots*) para direcionar massivamente propagandas direcionadas e construir *jingles* com temáticas que tenham alta probabilidade de convencer os eleitores indecisos, grupo potencialmente decisivo em eleições majoritárias.

Por fim, insta consignar que, mesmo que a base de dados minerada pelo partido seja própria, coletada, por exemplo, a partir de entrevistas ou de sua base de membros, ainda é necessário informar aos titulares dos dados a finalidade para a qual os dados serão coletados, de forma destacada e em linguagem de fácil compreensão. Isso porque a mineração de dados consiste em um procedimento técnico pouco conhecido e potencialmente revelador de informações não fornecidas diretamente pelo titular. Dessa forma, com espeque no princípio da transparência, que governa toda a administração pública e suas atividades correlatas, a exemplo das eleições, deve-se realizar essa comunicação.

1.3. A escolha racional e sua subversão pelo neuromarketing.

A teoria da escolha racional pode ser entendida, segundo Elster (1989, pp. 22 e 24), como as escolhas tomadas pelos indivíduos, quando diante de diversas ações possíveis, com vistas à obtenção do melhor resultado possível.

Tais escolhas, por sua vez, são baseadas no que o indivíduo acredita serem os melhores meios para atingir os fins desejados com base nas evidências que possui (ELSTER, 1989, p. 25). Quanto às evidências coletadas acima referidas, vale consignar que aqui surgem os primeiros problemas relacionados à ação do neuromarketing sobre as campanhas eleitorais.

Conforme visto anteriormente, o neuromarketing pode ser entendido como a aplicação do conhecimento obtido das pesquisas em neurociência ao campo do marketing e das campanhas publicitárias, com vistas a aumentar o engajamento na compra de produtos. Quando essa técnica é aplicada em eleições, por sua vez, surge a neuropolítica, que tem como uma de suas grandes ferramentas o neuromarketing eleitoral, voltado à produção de engajamento nas campanhas políticas.

Por sua vez, na medida em que o neuromarketing aplica os conhecimentos obtidos da neurociência com vistas a aumentar o engajamento nas campanhas, *in casu*, eleitorais, o indivíduo começa a receber mais constantemente propagandas eleitorais de determinado candidato.

Mesmo que não seja material publicitário direto, com pedido de voto explícito, o eleitor passa a ser exposto, por exemplo, a *fake news*, o que contribui para a criação do contexto que influenciará o eleitor na formação de sua convicção política. Ademais, as *fake news* referidas funcionam como as evidências com base nas quais será fundamentada.

Acrescente-se a isso o fato de que, com frequência, referidas notícias falsas são veiculadas através de grupos de WhatsApp ou de redes sociais, que não há muito critério por parte dos seus destinatários em verificar a autenticidade das notícias e que as mesmas, propositalmente, são curtas para serem facilmente consumidas e retransmitidas, aumenta-se a velocidade de disseminação das *fake news*.

Alinhado ao pensamento exposto no parágrafo anterior, tem-se que, segundo a pesquisa de Aral, Rob e Vosoughi (2017, p. 1149), notícias falsas, especialmente sobre política, tem probabilidade 70% maior de serem retransmitidas do que notícias verdadeiras, independente de número de seguidores ou nível de atividade online associado ao usuário da rede social.

Vale consignar, outrossim, que uma ação, para ser racional, deve ser o resultado de três decisões. Primeiro, deve ser a melhor forma de concretizar os desejos do indivíduo, considerando as suas crenças. Essas crenças, por sua vez, devem elas próprias serem ótimas, ou seja, devem estar voltadas para a consecução do desejo do indivíduo. Por fim, o indivíduo deve coletar uma quantidade ótima de evidências, quantitativo esse que depende dos custos e benefícios, avaliados segundo a perspectiva do indivíduo, de recolher mais informações (ELSTER, 1989, p. 30).

Diante desse quadro, observa-se, novamente, algumas incongruências quando se analisa o uso do neuromarketing e a escolha racional. De início, veja-se que o neuromarketing eleitoral está voltado ao convencimento do indivíduo por meio do uso de técnicas de marketing, por exemplo, construção e direcionamento de material publicitário personalizado, o qual, por vezes, ocasiona a produção de estados mentais direcionados.

Dessa forma, se, conforme John Elster, as crenças devem ser ótimas no sentido da consecução dos desejos do indivíduo, ao ocasionar a produção de estados mentais artificiais decorrentes de campanhas publicitárias direcionadas, o neuromarketing acaba por violar o próprio fundamento da escolha racional, porquanto cria um contexto o qual o indivíduo acredita ser verdadeiro e no qual baseia sua opção política.

Haja vista as crenças deverem elas próprias ser otimizadoras dos desejos dos indivíduos, a realização mesma de tais aspirações resta comprometida. Assim, tendo em vista que o propósito último de uma eleição é conferir poder a um grupo de indivíduos que irão gerar uma

determinada transformação social, referida mudança na sociedade pode restar comprometida pelo desvirtuamento das crenças utilizadas pelos cidadãos.

Veja-se, entretanto, que muito embora o mecanismo da escolha racional reste comprometido, a escolha do indivíduo não passa a ser irracional. Isso porque, ainda conforme Elster (1989, p. 36), a ação irracional decorre de uma atitude conscientemente contrária aos próprios interesses.

Assim, tomando por exemplo a eleição do atual presidente brasileiro, não é razoável supor que a maioria dos que nele votaram tenha conscientemente almejado que o país estivesse na atual situação econômica, política e social. Dessa forma, em relação a essa parcela (comumente denominada de "eleitores arrependidos"), não se pode, com base no marco teórico analisado, afirmar que realizaram uma escolha irracional.

Ainda com base na teoria de Elster ora trabalhada, viu-se que o indivíduo deve, para fundamentar sua escolha, coletar uma quantidade de evidência que, a seu juízo, seja ótima. Outrossim, referido quantitativo depende dos custos e benefícios da coleta das evidências.

Nesse ponto, observa-se uma fragilidade explorada pelas empresas responsáveis pelas campanhas de marketing. Considerando que, conforme mencionado, muitos direcionamentos de informações ocorrem através das redes sociais e de aplicativos de comunicação (a exemplo do WhatsApp e do Telegram), tem-se que os custos (em sentido amplo) de aquisição da informação, falsas ou verdadeiras, são baixos, sendo as informações diretamente fornecidas aos indivíduos.

Mais ainda, o tempo investido para a extração da informação, que por vezes resume-se à leitura da manchete da notícia ou à leitura de um texto igualmente curto, é igualmente baixo. Pelo exposto, cria-se o contexto para que um percentual do eleitorado opte por utilizar as notícias recebidas para formar o conjunto de evidências com base nas quais irá formar sua convicção política.

Vale consignar, igualmente, a relevância do fenômeno do *wishful thinking* (pensamento positivo, em tradução literal). Segundo Elster (1989, p. 37), esse mecanismo psicológico pode operar indiretamente, mesmo em meio a coleta de evidências contrárias às crenças do indivíduo. Isso ocorre através de uma coleta de informações seletiva, de sorte que o indivíduo deixa de pesquisar e até mesmo aceitar outras informações tão logo possua dados que embasam suas próprias conclusões.

Do ponto de vista metodológico científico, seria algo equivalente a uma pesquisa enviesada (um caso de *cherry picking)*, no qual há supressão de evidências e aceitação apenas daquelas que embasam as conclusões do condutor da "pesquisa".

Idealmente, seria melhor que os cidadãos, voluntariamente, buscassem formar o seu convencimento político por meio de pesquisas em vários meios de comunicação. Entretanto, em decorrência da alta improbabilidade de adoção desse comportamento, o melhor que se pode obter é a continuidade das campanhas de verificação de fatos e a ampla divulgação dos resultados nas diversas mídias.

Vale consignar, em sintonia com Pimentel (2019, p. 77), que, muito embora haja corrente doutrinária que se posicione no sentido de que atos pré-campanha sejam atípicos eleitorais, não se pode desconhecer, ainda mais a luz do marco teórico neste tópico trabalhado, que até mesmo manifestações políticas sem pedido explícito de voto podem contribuir para a indução do eleitorado ao voto no indivíduo que tem sua imagem exposta ou associada a qualidades positivas. Assim, referidos atos pré-campanha e que não possuem frases explícitas de pedido de voto também devem ser objeto de regulação.

Contemporaneamente, por exemplo, é possível observar, em pontos de grande circulação da cidade do Recife, outdoors com imagens de políticos associados a datas específicas. Por exemplo, o filho de um ex-governador do Estado de Pernambuco, que aniversaria em conjunto com as cidades de Olinda e Recife, teve sua imagem exposta em ao menos dois outdoors na cidade de Recife, congratulando a cidade.

Muito embora não haja o pedido explícito de voto, é do entendimento deste autor, indo até mesmo um pouco além do posicionamento mencionado no parágrafo anterior, que a simples exposição de imagem do filho de um político, havido ele mesmo (o filho) se candidatado em eleições anteriores, consiste em um ato de propaganda eleitoral extemporânea, se ele vier a se candidatar nas eleições imediatamente subsequentes.

Vale acrescentar, igualmente, antes de encerrar o presente subtópico, que o neuromarketing é apenas o mais recente e, de certo modo, mais tecnológico, de uma série de fatores externos que influenciam de modo inadequado na escolha do voto por parte dos eleitores.

Devido à marcante desigualdade socioeconômica no Brasil, é comum, sobretudo em eleições locais, para vereador, a distribuição de favores ou dinheiro em troca de votos em determinado candidato. Muito embora, em tese, a conduta de vender o voto seja reprovável por

parte do eleitor, não se pode criticar um indivíduo que, abandonado pelo Estado, faz de seu voto uma mercadoria de troca para conseguir mínimas condições de sobrevivência.

Lado outro, vale ressaltar que há técnicas de neuromarketing as quais não são ilícitas e que, muito embora criem associações subconscientes no eleitor, devido à sua sutiliza, não viciam a vontade do cidadão.

A título exemplificativo, tem-se a estratégia adotada pelo ex-presidente e presidente eleito Luiz Inácio Lula da Silva, o qual, em suas mensagens de campanha, aparecia sentado, discursando aos eleitores e, ao fundo, uma bandeira de seu partido. À medida que discursava, o ângulo da câmera alterava sutilmente, de modo a focar a bandeira brasileira mais do que a bandeira do Partido dos Trabalhadores. Ao final, às costas de Lula aparecia a bandeira brasileira e não mais a da legenda.

Com a estratégia acima narrada, o presidente eleito demonstrava a sua base eleitoral que permanecia adepto da base ideológica de seu partido. Entretanto, visando convencer novos indivíduos, passava a imagem de estadista, porquanto sua propaganda terminava tendo a imagem da bandeira nacional ao fundo.

Não se pode negar que houve uma tentativa, bem-sucedida, de passar uma mensagem subliminar aos eleitores. Entretanto, por não haver vício de vontade, apenas sugestão de possíveis atributos relacionados ao candidato, essa estratégia não deve ser alvo de proibição.

1.4. Impacto na seara eleitoral: uma análise da jurisprudência dos Tribunais Regionais Eleitorais e do Tribunal Superior Eleitoral.

No presente tópico, será feita uma pesquisa empírica na jurisprudência dos Tribunais Regionais Eleitorais (TRE's) e do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) para analisar o entendimento dessas cortes com relação à (in)constitucionalidade ou (i)legalidade do uso de técnicas de neuromarketing.

Vale consignar que, na busca empreendida, serão utilizadas palavras sinônimas a "neuromarketing". Isso porque, em decorrência da relativa novidade do fenômeno do neuromarketing, é possível que, mesmo sem utilizar o termo adequado, o julgador descreva o mesmo fenômeno. Disto, tem-se a conveniência da utilização das expressões-chave a seguir consignadas.

Outrossim, referidas expressões foram obtidas a partir da leitura de "Propaganda eleitoral: poder de polícia e tutela provisória nas eleições", do Prof. Dr. Alexandre Pimentel.

Por evidente que seria possível obter muitos outros buscadores. Entretanto, em decorrência do tempo limitado e do caráter não exaustivo da dissertação, limitou-se a pesquisa aos acórdãos a seguir consignados.

Veja-se, ainda, que, foi empregada uma abordagem algo quanti-qualitativa, a depender do total de acórdãos obtidos. Explica-se. Caso o total de acórdãos fosse reduzido, a exemplo, de algumas buscas, que resultaram em menos de 5 acórdãos, procedia-se a uma análise de todos os julgados. Contudo, caso fossem numerosos, recorria-se à calculadora de amostra disponibilizada no site SurveyMonkey. Para melhor compreensão do leitor, porém, em cada novo termo pesquisado, consignou-se o procedimento e as ferramentas utilizados e total de acórdãos obtidos.

Para obter os acórdãos dos TRE's e do TSE, recorreu-se à ferramenta do site JusBrasil (site: https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/), em pesquisas realizadas entre os dias 14/04/2022 e 11/05/2022, usando as seguintes expressões-chave: *jingles*, impulsionamentos, "mensagens eletrônicas", telemarketing, "liberdade de sufrágio", "escolha racional", "liberdade de convencimento", "manipulação da vontade", *bots*, neuromarketing e "pedido explícito de voto".

A quantidade e os acórdãos encontrados em cada busca encontram-se discriminados nas Tabelas contidas no Apêndice, bem assim. Como marco temporal inicial, utilizou-se o dia 01/08/2021, data da entrada em vigor de todos os dispositivos da Lei nº 13.709/2018, e como marco final, o dia 12/04/2022, última data mais recente, considerando o feriado pascoal.

Principiando-se pela busca com a expressão "pedido explícito de voto", realizada no dia 14/04/2022, foram obtidos 100 julgados, consignados no Apêndice (Tabela 4).

Recorrendo-se à calculadora disponibilizada pelo site SurveyMonkey, identificou-se que uma amostra significativa, com um grau de confiança de 95% e 5% de margem de erro[4], compreenderia 80 acórdãos. Recorrendo-se a ferramenta de geração de números aleatórios disponibilizada no site 4Devs[5], com geração de números únicos, foram obtidos os seguintes números correspondentes à ordem dos acórdãos[6]:

18 97 44 21 20 36 3 98 37 38

[4] Mesmos parâmetros mantidos em todas as pesquisas quantitativas realizadas neste tópico.
[5] https://www.4devs.com.br/gerador_de_numeros_aleatorios; acesso em: 15 abr. 2022.
[6] Os acórdãos foram listados conforme ordem cronológica, do mais recente para o mais antigo.

59	51	88	71	94	79	15	19	82	92
54	28	6	32	14	76	35	22	11	52
25	8	89	62	67	33	13	64	47	60
65	86	66	100	69	72	34	90	83	85
73	77	57	5	10	53	56	81	68	29
46	70	2	84	9	93	49	75	31	61
42	1	30	27	95	45	41	50	23	80

Os acórdãos correspondentes, por sua vez, são: REl 60014506, REl-EDcl 60035055, REl 60000242, REl 60007882, RP 60017946, REl 60004686, REspEl 60429045, REl 60035225, REl 60023176, REl 60016740, REl 60048528, REl 60002522, REl 60001152, REl 60069307, REl 60022259, REl 60034970, REl 60061767, REl 60006249, REl 60009495, REl 60019656, REl 60078127, REl 60013926, AREspEl 60003647, REl 60009451, REl 60002985, REl 60003071, REl 60022824, REl 60023362, REl 60008412, REl 60006781, ReCrim 612, RP 60016392, REl 60078847, REl 60046997, REl 60020718, REl 60004685, REl 60015963, REl 60007715, REl 60009835, REl 60042073, REl 60004478, REl 60007303, REl 60080089, REl 60097275, REl 60043069, REl 60011882-Edcl, REl 60003864, REl 60068445, REl 60022106, REl 60036647, REl 60006762, REl 60100010, REl 60060379, AREspEl 60053908, REl 60028342, REl 60009658, REl 60099266, REl 60008179, REl 60009181, REl 60010279, REl 60024488, REl 60100277, AREspEl 60041035, REl 60045853, RP 60002383, REl 60007010, REl 00001797, REl 60044961, REl 60009706, REl 60009227, REl 60102724, REspEl 60043776, REl 60008322, Consulta 60016130, REl 60029655, REl 60009096, AREspEl 60003750, REl 60028537, REl 60014960 e REl 60034703.

Acerca da análise qualitativa dos acórdãos selecionados, é possível sumarizar as conclusões na tabela 6, para a qual se remete. Em síntese, porém, vale consignar a preocupação com a garantia da liberdade de sufrágio por meio da condenação do uso de palavras mágicas como "apoiem" e "elejam", as quais incutem no eleitor ideia equivalente a pedido explícito de voto.

Igualmente, o apontamento, em propaganda eleitoral, de supostas qualidades negativas dos opositores políticos foi considerado como extrapolação dos limites da liberdade de expressão e da propaganda eleitoral.

Em pesquisa com a expressão "manipulação da vontade", realizada no dia 18/04/22, também no site JusBrasil, foram obtidos 3 resultados. No primeiro, RE 060047282[7], foi consignado que não é vedado a candidatos, em suas páginas pessoais nas redes sociais, que divulguem obras de sua gestão durante a campanha eleitoral, desde que descolados da estrutura pública.

Dito de outro modo, desde que o candidato não faça uso da máquina pública para sua promoção, é aceitável (até porque albergado em sua esfera de liberdade de expressão de candidato, porém, também eleitor), já trazendo para o ambiente da propaganda direcionada, o direcionamento de material publicitário em que sejam exibidas as realizações do candidato.

O segundo acórdão foi o RE 60045932[8], o qual tratava, na origem, de Ação de Investigação Judicial Eleitoral (AIJE) na qual foi analisada possível compra de votos por meio do oferecimento de bebida alcoólica. Na parte dispositiva, foi consignado que não havia evidências de que tal promessa de vantagem tivesse atingido um único eleitor, de sorte que não restava tipificada a violação à liberdade de escolha do eleitor.

Daqui, pode-se extrair, para eventuais condenações por uso de técnicas de neuromarketing, ser necessária demonstração da efetivação do direcionamento, isto é, do uso de técnicas pelos partidos ou, mais provável, por empresas por eles contratadas, para obter conhecimento a partir de dados coletadas e direcionar propagandas específicas para os eleitores.

Mais ainda, faz-se necessária uma colaboração da Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) com a sociedade civil, a fim de que os cidadãos venham a denunciar eventuais impulsionamentos recebidos de partidos políticos para os quais jamais tenham fornecido seus dados. Inclusive, em casos tais quais o especificado neste parágrafo, haveria, possivelmente, dois ilícitos: a obtenção indevida de dados pessoais e a captação ilícita de sufrágio.

---

[7] TRE/GO; RE 060047282; Cristalina/GO, Relator: Des. Márcio Antônio de Sousa Moraes Júnior.

[8] TRE/MT; RE: 60045932; Juína/MT, Relator: Armando Biancardini Candia, Data de Julgamento: 01/09/21.

Por fim, no que se refere ao Recurso Criminal 000000109[9], tem-se que referido acórdão não é pertinente à temática desta dissertação, porquanto trata de alistamento eleitoral fraudulento.

Em pesquisa realizada no dia 19/04/2022, por meio da expressão "liberdade de convencimento", igualmente no site JusBrasil, também não foram obtidos resultados. Mesma sorte para buscas realizadas pela expressão "escolha racional".

Já em busca por meio da expressão-chave "liberdade de sufrágio", realizada em 19/04/2022, utilizando-se dos mesmos filtros de busca aplicados em todas as pesquisas empíricas (pesquisa não limitada a acórdãos; pronunciamentos emanados do TSE e dos TRE's; entre 01/08/2021 e 12/04/2022), foram obtidos 3 acórdãos.

O primeiro foi a AIJE 060172810[10] que tratava de suposto constrangimento sobre funcionários locais para que não apenas votassem em determinada candidata, mas também que atuassem em sua campanha. Muito embora a AIJE tenha tido seu pedido julgado improcedente por ausência de prova robusta (leia-se, por ausência de áudio, *print* de tela com ata notarial em que constasse pressão pelo engajamento na campanha ou semelhantes), foi consignado que, muito embora o uso de redes sociais seja possível na campanha eleitoral, não deve haver coação sobre o eleitorado. Isso porque, nesse caso, a vontade do eleitor estaria violada.

O segundo acórdão obtido (RE 060001074)[11] não contribuía com a resposta à pergunta de pesquisa aqui formulada, porquanto tratava de supostas candidaturas fictícias com vistas a burlar a cota de gênero.

Por fim, a AIJE 060173162[12] consistia na investigação de suposta entrega de vantagens (por exemplo, vale-combustível) a eleitores em troca de votos. Muito embora o pedido da ação tenha sido julgado improcedente, entre outros, por ausência de comprovação robusta de envolvimento do investigado, é possível perceber, novamente, o objetivo de preservação da vontade autônoma do eleitorado, essencial para a validade do pleito.

Em pesquisa realizada pelo termo-chave "telemarketing", não foram obtidos resultados.

---

[9] TRE/MG; RC 000000109; Indianápolis/MG, Relator: Marcelo Paulo Salgado, Data de Julgamento: 03/08/21.

[10] TRE/AP; AIJE 060172810; Macapá/AP, Relator: João Guilherme Lages Mendes, Data de Julgamento: 14/12/21.

[11] TRE-PB; RE 060001074; Tacima/PB, Relator: Márcio Maranhão Brasilino da Silva, Data de Julgamento: 21/10/2021.

[12] TRE/AP; AIJE 060173162; Macapá/AP, Relator: João Guilherme Lages Mendes, Data de Julgamento: 29/06/21. Disponível em: https://tre-ap.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/1261959760/acao-de-investigacao-judicial-eleitoral-aije-60173162-macapa-ap/inteiro-teor-1261959807. Acesso em: 26 abr. 2022.

Em busca operacionalizada com o uso da expressão "mensagens eletrônicas", realizada no dia 28/04/2022, com os mesmos filtros anteriormente aplicados, foram obtidos 61 acórdãos, constantes da Tabela 6 do Apêndice, cujas principais conclusões encontram-se em referida tabela. A seguir, serão feitas análises mais profundas dos acórdãos considerados pertinentes à dissertação, quais sejam: REl 060028264, REl 60019787, REl 060032432, AREspEl 060068417, REl 060025253, REl 060122175, REl 060042073, REl 060039417, REl 060011445, REl 060027622, REl 060048544 e o REl 060054116.

Principiando pelo REl 060028264, observa-se que se tratava de propaganda eleitoral em perfil pessoal do Instagram sem prévia comunicação à Justiça Eleitoral. Especificamente, em decorrência da alta capilaridade das redes sociais, as quais possuem grande alcance face à sua notória quantidade de usuários e à sua, ao menos aparente, ausência de contrapartida, toda publicação ali feita tem o potencial de alcançar um grande público.

Consigne-se que, em verdade, há contrapartida pelo usuário na forma de autorização (por vezes, discreta, através dos termos de uso) de acesso e retransmissão de dados pessoais a parceiros comerciais.

No que concerne à temática desta dissertação, se, como visto anteriormente, é necessária a comunicação à Justiça Eleitoral para o uso de redes sociais, tanto mais necessário será na hipótese de recurso à propaganda eleitoral por neuromarketing. Isso porque, como já visto, essa técnica desenvolve-se a partir da obtenção de dados pessoais para produção de conhecimento acerca, *in casu*, do potencial eleitorado, favorecendo o direcionamento das campanhas eleitorais.

Assim, apresenta, em certo sentido, duplo potencial lesivo: a integridade do pleito e a um dos pilares constitucionais do Estado brasileiro, quais sejam, o sigilo das comunicações de dados e, mais recentemente, à proteção dos dados pessoais, inclusive, nos meios digitais.

Não se desconhece que a imposição de multa, mesmo diante de regularização da propaganda irregular, decorre do caráter já consumado da lesão à isonomia do pleito. Contudo, até mesmo em decorrência do alto potencial lesivo duplamente destacado, a multa passaria a ter um caráter minimamente recomendável, haja vista seu caráter pedagógico.

Vale destacar, no mesmo sentido, o entendimento do TSE exposto no AREspEl 060068417, onde foi consignada a necessidade de comunicar previamente à Justiça Eleitoral o uso de aplicações que envolvam mensagens instantâneas, independente do conteúdo e de eventual prejuízo.

Raciocínio análogo é aplicável ao neuromarketing pois essa técnica, além de aumentar a capilaridade inerente às redes sociais, também permite disparos em massa, agora, personalizados. Veja-se que seria viável a confirmação do uso da técnica, mas nas as mensagens a serem veiculadas, com exceção da hipótese expressamente autorizada em lei, sob pena de configuração de censura.

Da análise do REl 60019787, pode-se extrair que é possível a exposição de realizações de governo, desde que não se faça uso do aparato estatal. *In casu*, não seria possível à gestão de determinada localidade recorrer a bases de dados por ela coletadas com o objetivo de direcionar sua propaganda eleitoral.

Lado outro, deve ser vedado o uso do aparato estatal, qual seja, empregados, servidores ou quaisquer indivíduos que possuam vínculo de alguma forma com o ente público para operacionalizar a propaganda eleitoral dirigida, sobretudo para providenciar a obtenção de conhecimento a partir do *data set* trabalhado.

Agora, serão analisados, conjuntamente, os Recursos Eleitorais nº 060032432 e 060025253. No primeiro, foi consignado que críticas "ácidas, sarcásticas ou irônicas" não ofendem a honra ou a dignidade de candidato, pois, na disputa eleitoral, ele está submetido ao escrutínio público, sendo sua esfera de intimidade menor do que a aplicável ao particular.

Assim, materiais publicitários restritos à atuação política de determinado candidato, sobretudo quando as publicações possuem questionamentos à sua atuação política, não à sua vida privada, são passíveis de veiculação através do neuromarketing, desde que o titular dos dados, no caso, o eleitor, tenha consentido com referido direcionamento e com o uso dos seus dados pessoais para produção de conhecimento acerca de preferências políticas.

Assim, um dos critérios utilizados para verificação do cabimento ou não deve ser, por exemplo, a veracidade dos fatos veiculados pela propaganda e, mais ainda, o não consequencialismo necessário do cenário retratado pela propaganda. Exemplifica-se.

Em uma das corridas eleitorais que disputou, determinada candidata foi alvo de propaganda eleitoral na qual o partido adversário retratou um cenário em que uma família, sentada à mesa para refeição, com vitória da candidata, viu toda a sua refeição desaparecer. Nesse caso, o consequencialismo, associando a vitória de uma candidata à piora do quadro de insegurança alimentar no Brasil consistiria em uso indevido do direito à propaganda eleitoral.

No REl 060025253, por sua vez, considerou-se que houve extrapolação do direito à liberdade de expressão pois foram atribuídos termos caluniadores, *in casu*, ladrão. No contexto do neuromarketing, entende-se que seria aplicável a mesma lógica, sendo vedado

impulsionamento de propagandas eleitorais que atribuam imputações jurídicas negativas (por exemplo, a alcunha de "corrupto").

Entretanto, é do entendimento deste autor que imputações factuais, mesmo que negativas, desde que lastreadas em documentos comprobatórios verídicos, desacompanhados de narrações tendenciosas ou indutoras de comportamento, podem ser veiculadas. Isso porque, a denominação de "corrupto" ou outra semelhante está intrinsecamente associada a uma situação jurídica consolidada.

Entretanto, a veiculação de uma imagem de determinado político sendo conduzido para depor ou para a carceragem, ainda que de forma provisória, consiste em um fato e não se pode criar um entendimento voltado à restrição da informação pelo eleitorado. Dito de outro modo, não se pode transplantar o raciocínio jurídico para a realidade fática.

Mesmo que a prisão seja, posteriormente, por qualquer motivo, revogada, o fato não deixa de ter acontecido, tendo o eleitor o direito de dele ser informado quando de sua ponderação política. Contudo, associar esse momento a uma característica inerente ao candidato ou a uma realidade inevitável, por meio de outros recursos, deve sim ser restringido *a posteriori* ou *a priori*, este último na estrita previsão legal.

No mesmo sentido dos dois acórdãos anteriormente mencionados tem-se o REl 060042073, no qual se reitera que a propaganda negativa configura-se quando for criado um desequilíbrio prévio ao debate. No caso, ao associar a vitória de uma candidata à maior insegurança alimentar brasileira, impõe-se, ao menos em tese, uma atitude negativa do eleitorado em relação à candidata alvo da campanha, prejudicando-a em debates futuros.

Veja-se que a veracidade ou não, além da escala, do prejuízo político aos candidatos alvo de determinada campanha apenas poderia ser averiguada em eventual pesquisa empírica de campo, com grupo focal. Contudo, por não ser o objetivo desta dissertação, eminentemente teórica, tal averiguação será feita em estudos doutorais posteriores.

O REl 060122175, de seu turno, trata de veiculação de imagem de imóvel público em rede social com suposta intenção eleitoral. Contudo, como se tratava de simples exibição do imóvel, sem maior direcionamento para uma finalidade eleitoral (através, por exemplo, de pedido explícito de votos), não foi reconhecida qualquer irregularidade.

No Recurso Eleitoral 060011445, por sua vez, não restou configurada propaganda ilícita, pois foi retratada situação irregular factual sem qualquer referência à candidatura ou partido específicos. Mais uma vez, pode-se ver que a apresentação de notícias verídicas não

infringe direito à honra, pois recai nos limites do direito do eleitor a ser informado. *In casu*, com ainda mais razão, tendo em vista que não houve especificação de destinatário.

Por sua parte, no REl 060048544, do TRE/PA, reforça a necessidade, já consolidada pelo TSE no AREspEl 060068417, de informar o uso de instrumentos de redes sociais ou, no entendimento deste autor, ferramentas de neuromarketing, à Justiça Eleitoral.

Porém, vai além do entendimento consignado pelo TSE, consignando que tal obrigação é mantida mesmo que o próprio candidato mantenha o meio de divulgação. In casu, mesmo que o próprio candidato realize todo o processo de produção de conhecimento ou remunere a empresa para tal contratada com seu próprio dinheiro, deve informar tal procedimento à Justiça Eleitoral.

Por derradeiro, o REl 060054116 apresenta mais um critério para a verificação dos limites da crítica política, qual seja, a contextualização da verossimilhança. Dito de outro modo, não pode determinado candidato remover de contexto falas de seus adversários políticos e, a partir destas, produzir ilações que lhe favoreçam. Nesse caso, o fato torna-se inverídico e potencialmente lesivo.

Passando-se à pesquisa pela expressão-chave "impulsionamento", no site JusBrasil, na aba Jurisprudência, no dia 05/05/2022, na base de dados do TSE e dos TRE's, com julgados proferidos entre os dias 01/08/2021 a 12/04/2022, foram obtidos 158 julgados. Esses, por sua vez, foram tabulados no Excel por ordem cronológica, do mais recente para o mais antigo.

Excluídos os processos já analisados em outros momentos[13], chega-se ao total de 141. Após, recorrendo-se à calculadora de amostra do website SurveyMonkey, descobriu-se que, com uma margem de erro de 5% e um grau de confiança de 95%, seria necessário analisar 104 acórdãos. Para selecionar estes, por sua vez, por meio da ferramenta de geração de números aleatórios únicos do site 4Devs, foram obtidos os acórdãos discriminados na Tabela 7 do Apêndice, cuja síntese das principais conclusões encontram-se ali sumarizadas.

A seguir, constam análises mais detidas dos acórdãos pertinentes, entendidos esses como aqueles não considerados explicitamente impertinentes e os que não embasaram a decisão em lastro probatório insuficiente.

---

[13] Analisados na Tabela 6: REspEl 060056139, REl 60028264, REl 60033791, REl 60032432, AREspEl 60068417, REl 60025253, PA 513223 e REl 60048544. Analisados na Tabela 5: REl 60002985, RP 60017946, REl 60023176, REl 60078127, REl 60008179, REl 60022106 e REl 60007303. AIJE 60172810 (analisada nas páginas 31 e ss.). Analisado na Tabela 1: REl 60009658.

Vale consignar, de início, que, conforme consta do nosso ordenamento, faz-se necessária, para a veiculação de propaganda eleitoral, a identificação do referido recurso de forma explícita, bem assim a presença do CNPJ do responsável.

No que concerne ao uso, por exemplo, de técnicas de neuromarketing, pode constar, nas propagandas eleitorais ou no anúncio do horário eleitoral, um aviso de possível uso de técnicas de neuromarketing (ou algum termo semanticamente equivalente e de mais fácil compreensão), de sorte que os eleitores estejam previamente avisados.

Outrossim, no que concerne à divulgação de pesquisas eleitorais, desde que registradas no TSE, entende este autor que as mesmas podem ser veiculadas, afinal, em última análise, os candidatos almejam a vitória e uma pesquisa que passou por todos os trâmites legais é um instrumento idôneo a esse propósito.

Igualmente, pode-se verificar que não se deve utilizar dos recursos públicos locais (financeiros ou estruturais) para alavancar a campanhas. Isso porque rompe-se a isonomia entre os candidatos, tendo em vista que o ocupante do cargo terá notória vantagem. A existência mesma da desincompatibilização a que os candidatos a cargos do Executivo estão sujeitos é uma evidência de que a máquina pública representa fator de desequilíbrio na disputa eleitoral.

No que concerne à diferenciação entre propaganda de cunho eleitoral ou meramente informativa, tem-se que a análise será predominantemente casuística. Contudo, como indicadores, deve-se verificar o período em que veiculadas as publicações, a proximidade com o pleito e a presença ou não do candidato nas fotos.

Vale destacar, ainda, a vedação ao impulsionamento de mensagens com críticas ao histórico profissional, partidário ou mesmo à vida pessoal do candidato. Reitere-se que podem ser rememorados feitos positivos e criticados aspectos do programa político que se entendem prejudiciais ao país sob algum aspecto.

Contudo, associações verbais ou por meio do uso de imagens, induzindo o eleitor a acreditar na repetição de eventuais quadros negativos ocorridos no mandato de determinado candidato não são aceitáveis.

Igualmente, vale ressaltar que propaganda eleitoral que atribua ilícito à pré-candidato sem elemento probante configura propaganda negativa e pedido de "não-voto". Nesse tocante, vale consignar que, face à presunção de inocência garantida pela CRFB/88, não se pode retratar um indivíduo acusado de um ilícito como condenado.

Entretanto, o retrato de uma cena de um candidato sendo conduzido para prestar depoimento à polícia, por exemplo, recai, no entendimento deste autor, no domínio da realidade, pelo que é possível a um candidato fazer uso dessas imagens.

Em última análise, defende este autor que fatos não podem ser regulados e devem poder ser livremente veiculados, sob pena de configuração de censura.

Por fim, especificamente no tocante ao REI 060082583 do TRE/GO, haja vista a relevância do objeto em última análise tutelado pela regulação da propaganda eleitoral (qual seja, a liberdade de convencimento do eleitor), não se deve extinguir um processo sem exame do mérito em decorrência de uma formalidade, se for possível a identificação do autor da postagem e de seu conteúdo.

Por fim, em relação à pesquisa realizada por meio da palavra-chave "jingles", utilizando-se dos mesmos filtros aplicados às demais pesquisa, foram obtidos 80 acórdãos, os quais foram analisados em duas etapas. Buscava-se, com isso, identificar critérios trazidos pelos tribunais para avaliação da constitucionalidade e legalidade do neuromarketing e sua possível regulação. Na primeira etapa, foi feita uma verificação de pertinência temática, haja vista alguns julgados tratarem a temática dos jingles apenas de forma superficial, muitas vezes restringindo-se a apenas mencionar o termo no acórdão, pelo que sua análise não acrescentaria em nada à dissertação.

Todos os julgados, tanto os excluídos, quanto os utilizados encontram-se organizados em duas tabelas localizadas no apêndice da dissertação. A tabela 1 apresenta os processos excluídos e uma breve justificativa de sua exclusão, em regra, por ausência de pertinência temática direta. A segunda tabela, por sua vez, apresenta os julgados selecionados e um resumo de seu conteúdo.

Vale consignar, ademais, que a análise da jurisprudência relativa aos jingles é pertinente porquanto estes são instrumentos (talvez os primeiros) comumente utilizados pelas candidaturas para ganhar adesão do eleitorado, incutindo-lhe, sobretudo por meio de ritmos musicais populares, em qual candidato ou candidata votar. Isto posto, passa-se a análise dos acórdãos, centrada na Tabela 2. Contudo, até mesmo a Tabela 1 será utilizada para fazer algumas deduções.

Da análise dos julgados coletados, é possível perceber que as Cortes Eleitorais, no período analisado, entenderam que um dos requisitos relacionados ao uso dos *jingles* é o fato de que denotam a retirada da espontaneidade da manifestação política.

Tal remoção de espontaneidade, por sua vez, coaduna-se, em termos de efeitos, com o já exposto sobre a neuropolítica e a forma através da qual, pelo emprego de técnicas de marketing, constrói, na mente dos eleitores, tendências a escolher candidaturas específicas.

Também indicava a ausência de espontaneidade, a estrutura empregada pelos partidos políticos na veiculação de jingles. Em alguns julgados, por exemplo, foi observado o emprego de aparelhos de som de grande porte na veiculação dos jingles. Por meio de raciocínio análogo, a contratação, por partidos políticos, de empresas de marketing as quais sub-contratem consultorias de TI focadas na mineração de dados para produção de relatórios acerca dos potenciais eleitores pode indicar um planejamento de retirada da espontaneidade da propaganda.

Outrossim, observa-se que a linguagem utilizada nos jingles também denota ausência de espontaneidade. Em alguns casos, foram utilizadas expressões como "futuros eleitores", as quais projetam nos cidadãos expectativas eleitorais ou, por vezes, fazem com que, sobretudo em relação a eleitores indecisos, determinado candidato ganhe preferência sobre os demais.

Mais um elemento que pode ser extraído da análise dos julgados selecionados é a relevância da ciência inequívoca pelo candidato beneficiado do emprego dos jingles. Em alguns acórdãos, foi relatado que os jingles eram veiculados em carro de som ao lado do qual o candidato discursava, explicitando sua ciência.

Aplicando o raciocínio ao neuromarketing, muito embora essa estratégia de propaganda eleitoral seja utilizada através, por exemplo, de bots, não é necessário, para a comprovação da ciência do candidato, que o mesmo tenha tomado parte ativa na elaboração dos mecanismos em si. Basta que não haja estabelecido, expressamente, sua discordância com referido método e não fiscalize o responsável pelo marketing da campanha no que concerne a quais empresas contratadas para viabilizar sua estratégia de marketing digital.

Outra conclusão observável da análise dos julgados é que o recurso a qualidades do candidato para incitar o voto através de mensagens subliminares também não deve ser utilizado. Isso porque, conforme sugerido pelo próprio nome, as mensagens subliminares atuam abaixo do limiar da consciência do eleitor, incutindo-lhe uma vontade que pode não coincidir com a do cidadão.

A partir da análise dos julgados, igualmente, foi possível perceber que os jingles também não podem associar à vitória do candidato à melhora da localidade na qual o indivíduo, se eleito, assumirá cargo eletivo. Aqui, porém, cabe uma crítica. Qualquer indivíduo que lança

uma candidatura, ao menos para cargos no sistema majoritário, tem por objetivo vencer as eleições.

Dessa forma, precisa convencer o eleitorado de que a sua vitória consiste no melhor para a localidade pela qual o candidato visa tornar-se responsável. Logo, não se pode ver como condenável o seu esforço em associar-se com a melhora do local.

Entretanto, em uma espécie de interpretação *a contrario sensu* do julgado, entende este autor que a prática a ser vedada deve ser o uso do neuromarketing para associar a candidatura do adversário político com um futuro negativo para o local. Isso porque referida associação parecerá, a depender da frequência de veiculação da campanha, como um futuro inevitável, levando sobretudo o eleitor indeciso a escolher a outra candidatura com base no cenário que, de tanto que lhe foi mostrado, pareceu certo.

Outro julgado selecionado (o Recurso Eleitoral nº 0600659104 do TRE/PI) refere-se aos jingles como elemento de campanha cuja inadequação exsurge do ambiente em que veiculado (no caso, a farmácia da qual o candidato ao qual o jingle referia-se era proprietário). No caso, os julgadores entenderam que, por ser um ambiente regulado pelo Poder Público, seria aplicável a vedação do art. 37, Lei nº 9.504/97 (BRASIL, 1997).

Aplicando raciocínio análogo, a propaganda eleitoral através do neuromarketing deve ser, ao menos, regulada, porquanto, sobretudo quando veiculada através das redes sociais, está adentrando à residência do indivíduo, no qual, em regra, preponderam os interesses individuais do seu morador.

Analisando a tabela 1, por sua vez, observa-se que, em alguns acórdãos, não havia pertinência temática porquanto os mesmos estavam relacionados à prestação de contas de campanha e a desnecessidade de registro contábil específico para produtores de jingles, haja vista qualquer indivíduo poder escrever uma música.

Entretanto, considerando o contexto de aplicação específico dos produtos do neuromarketing, entende este autor ser necessário o registro dos produtores de jingles. Até porque, conforme trabalhado anteriormente, o contexto no qual o neuromarketing eleitoral se insere e seus efeitos possuem reflexos que podem alterar a manifestação política dos eleitores e, assim, os destinos das unidades federativas e até do próprio país.

Veja-se, antes de encerrar o presente tópico, que, conforme restou mais bem demonstrado no apêndice desta dissertação, para o qual se remete, os jingles, muito embora até hoje não analisados pelo Judiciário como elemento de vício de vontade do eleitor,

comprometendo, assim, a própria higidez do pleito eleitoral, tiveram destacado o seu caráter atrativo da atenção do eleitor para eventos nos quais haveria o pedido de voto.

Veja-se, por exemplo, o Recurso Eleitoral nº 000099537, do TRE/MG, no qual os jingles foram especificamente usados para atrair potenciais eleitores para um "showmício" promovido pelo candidato, no qual haveria, certamente, o pedido explícito de votos.

Outrossim, no RE 60000242 do TRE/PE, a propaganda eleitoral irregular resta caracterizada quando há quebra na paridade de armas entre os candidatos. Dessa forma, se, através do neuromarketing, incute-se a ideia de que o país será tomado por um cenário de desigualdade econômica, rompe-se a paridade na medida em que as chances do adversário diminuem não devido a um demérito de seu programa político, mas por uma estratégia negativa do oponente.

2. DO NÚCLEO CONSTITUCIONAL: o direito à cidadania, à privacidade, ao sigilo do voto e à liberdade de sufrágio.

De início, vale salientar que a Constituição Federal de 1988 é, para Bonavides (2013, p. 57-59), a mais republicana e democrática de todas, pois foi a que mais positivou direitos fundamentais, estabelecendo, dessa forma, um Estado Social.

Referido posicionamento, entretanto, é questionável no tocante à classificação do Brasil como um Estado Social. Isso em face do próprio texto constitucional, o qual, em seu artigo art. 170, fundamenta a ordem econômica, em parte, na propriedade privada, além de consagrar esta como um dos direitos fundamentais.

Mais ainda, os artigos 173, *caput* e 174, *caput*, ambos da Carta Constitucional de 1988 (BRASIL, 1988), fixam, respectivamente, que a exploração direta de atividade econômica pelo Estado só será permitida quando envolver interesses de segurança nacional ou relevante interesse coletivo e, em regra, o Estado atuará mais como agente regulador da atividade econômica. Dentre outras formas, através da fiscalização e da produção de normativas setoriais.

Pelo exposto, é possível aduzir que o Estado brasileiro, ao contrário do mencionado por Bonavides, melhor se enquadra como um Estado regulador com forte tendência social, o que justifica o extenso catálogo de direitos fundamentais positivados e a abertura contida no art. 5º, § 2º, CRFB/88, que assegura que os direitos fundamentais previstos no texto constitucional não excluem outros decorrentes do regime e dos princípios constitucionais ou dos tratados internacionais em que o Brasil seja parte, sobretudo os relativos aos direitos humanos.

No tocante à conceituação da Constituição Federal de 1988 como a mais republicana e democrática de todas, concorda-se em parte com o referido jurista. É bem verdade que, em comparação com o período que mais imediatamente antecedeu a Constituição de 1988, qual seja, a ditadura militar, diversos marcos democráticos foram positivados, a exemplo da constitucionalização do voto dos indivíduos não formalmente alfabetizados.

Entretanto, referido epíteto de Constituição mais democrática de todas incorre no erro de considerar a atual Constituição Federal como o estágio mais avançado da proteção dos direitos fundamentais. Sendo que, para épocas diferentes, devem-se considerar marcos democráticos distintos, de forma semelhante à hermenêutica diatópica de Boaventura de Sousa Santos, sendo que, desta vez, ao invés de uma análise intercultural, considera-se uma perspectiva inter-temporal.

Dessa forma, o mais apropriado a se afirmar seria que a Constituição Federal de 1988 positivou diversos direitos não contidos nos textos constitucionais anteriores, colaborando para o fortalecimento do viés social e democrático do Estado brasileiro.

Entre os direitos fundamentais positivados, por sua vez, situam-se aqueles que formam o complexo jurídico constitucional mais diretamente relacionado à pergunta de pesquisa desta dissertação, quais sejam, os direitos ao sigilo do voto, à privacidade, à cidadania, ao sufrágio e, o mais recente, à proteção de dados pessoais.

Quanto a tais direitos, sua análise se faz necessária, porquanto a Constituição consiste em fundamento primeiro de validade das leis e práticas, configurando, pois, teste necessário ao qual a técnica do neuromarketing deve ser submetida. Pelo exposto, será feita a análise dogmática dos conceitos apresentados neste parágrafo, com vistas à definição dos elementos que compõem o núcleo constitucional da liberdade de sufrágio e que, ao final, servirão de parâmetro de teste para a hipótese aventada na introdução.

2.1 O direito à cidadania.

O direito à cidadania encontra-se positivado como fundamento da República no artigo 1º, II da Constituição Federal de 1988 (BRASIL, 1988). De sua topografia constitucional, por sua vez, observa-se que, por ser fundamento da República, a cidadania consiste em diretriz hermenêutica e de ação política do Estado brasileiro. Dito de outro modo, deve o Estado e os operadores do direito guiarem suas ações com vistas à concretização da cidadania.

Muito embora não se desconheça que a concepção de cidadania engloba as condições materiais na qual o indivíduo que a exerce está inserido, por não ser o objeto de pesquisa desta dissertação, a cidadania apenas será analisada em seu aspecto político *stricto sensu*, leia-se, participação nos destinos políticos da localidade em que inserido.

Nesse contexto, cabe consignar a definição de cidadania segundo Agra (2013, p. 120), para o qual a cidadania pode ser entendida como a ligação de um indivíduo com uma determinada comunidade, a qual, por sua vez, é composta por várias comunidades maiores e na qual o cidadão exerce papel ativo na influência dos atos políticos.

Muito embora reconheça, até mesmo em sintonia com o artigo 3º, IV da Constituição Federal de 1988 (BRASIL, 1988), a pluralidade de formas de organização e interação entre as pessoas, o conceito visto no parágrafo anterior carece de atualização. Isso porque, atualmente,

observa-se a intensificação do uso dos meios digitais de comunicação, pelo que os indivíduos recebem cada vez mais informação em um tempo cada vez menor.

De seu turno, a partir das informações que recebem e com base nelas, as pessoas produzem juízos de valor sobre a realidade na qual imersas e, quando reconhecidas por seus países como cidadãs, passam a ter o direito de influenciar os rumos políticos, seja através das eleições, seja através dos meios diretos de exercício da soberania popular, a exemplo, nos termos do regimento constitucional nacional (art. 14, *caput* e incisos, CRFB/88; BRASIL, 1988), do plebiscito e do referendo.

As informações recebidas, por sua vez, são o que se denominou anteriormente, ao tratar da teoria de Jon Elster, de evidências, ou seja, os fundamentos com base nos quais os cidadãos elaborarão seus juízos de valor e tomarão suas decisões políticas.

Na contemporaneidade, por sua vez, com o desenvolvimento dos meios de comunicação, a troca de informações tornou-se mais acelerada, de forma que a concepção de cidadania permanece a mesma. Porém, suas expressões (os atos políticos) terminam por ser modificadas, haja vista o contexto no qual o indivíduo acredita estar imerso ser alterado com maior facilidade através do direcionamento de propaganda.

Conforme se verá mais adiante em tópico próprio, não apenas o conteúdo das mensagens, mas também o meio em que veiculadas e quem as veicula são importantes. Isso porque há a sensação de validação externa do próprio voto e formação de vínculo com o público-alvo. Explica-se.

Durante as eleições presidenciais de 2014, era comum que personalidades da música e da literatura, por exemplo, declarassem seus votos em um dos dois candidatos no segundo turno. A candidata mais associada à esquerda do espectro político era apoiada por artistas da MPB, por exemplo, enquanto o candidato localizado mais à direita recebia o apoio de artistas de estilos considerados mais elitizados. Nesse contexto, ao alinhar seu voto a um candidato específico, os eleitores sentiam-se validados pelas pessoas que, na grande mídia, haviam declarado apoio ao mesmo candidato.

Tinha-se, na situação narrada no parágrafo anterior e que, em certa medida, estende-se até os dias atuais, a exemplo das manifestações políticas observadas no festival Lollapalooza 2022, tanto por parte dos artistas quanto do próprio público, um elemento de validação externa que pode colaborar na solidificação do posicionamento de um cidadão.

Isso porque, a partir do pensamento de Tsebelis (1998, p. 56), as escolhas racionais dos indivíduos (dentre as quais se situam as decisões políticas), considerando sua teoria dos jogos

ocultos, mesmo as que aparentam ir de encontro aos seus interesses, são respostas aos contextos e instituições existentes.

Dessa forma, mesmo um candidato que represente posicionamentos e condutas contrários à essência mesma da democracia (a título exemplificativo, alternância de poder e soberania popular), por exemplo, pode vencer as eleições, desde que tenha sua candidatura validada por lideranças com forte apelo e capilaridade popular, por exemplo, figuras representativas religiosas ou econômicas.

Contemporaneamente, com a expansão do uso das redes sociais e dos aplicativos de comunicação, tornou-se possível intensificar a exposição dos eleitores a notícias relacionadas aos candidatos políticos, de forma que, por vezes, vínculos de apoio são forjados ou forçados por esses mecanismos de propaganda indireta. Dessa forma, por atuar de forma não explícita ao eleitor, há o emprego de conhecimentos do neuromarketing nessa estratégia.

A título exemplificativo, contemporaneamente, uma determinada família política está sendo investigada por empregar o que se denomina de milícias digitais, ou seja, grupos especializados em disseminar, entre outras coisas, fake news, contrárias aos oponentes da referida família e favoráveis aos detentores de cargos eletivos desta.

Por tudo que foi exposto, observa-se, por conseguinte, que o fluxo informacional ao qual as pessoas possuem acesso colabora com sua formação de convencimento político. Dessa forma, atualizando o conceito de Walber Agra acima referido, a cidadania deve considerar a pluralidade de indivíduos envolvidos, com vistas a favorecer diálogos democráticos. Outrossim, deve ponderar o fluxo informacional que os indivíduos recebem, com o intuito de regulá-lo, evitando enviesamentos da vontade.

Aqui, cabe uma consideração adicional. Com a afirmação de que o fluxo informacional dos indivíduos deve ser regulado, não se está a propor nenhuma espécie de censura. Isso porque, nos termos do artigo 220, § 2º, CRFB/88, a censura aos meios de comunicação é vedada.

Entretanto, não se desconhece que alguma espécie de controle pode ocorrer posteriormente à disponibilização da informação. Nesse tocante, é possível, diante de possíveis violações a direitos fundamentais, exercer controle após a veiculação da notícia, conforme exposto por Sarmento (2013, p. 2039).

Ora, no caso analisado, qual seja, formação de convencimento do eleitorado através do fluxo informacional recebido, está-se diante de uma possível ameaça aos rumos políticos da nação. Dessa forma, dada sua relevância, convém aplicar a exceção apresentada por Sarmento e exercer o controle *a posteriori*. Todavia, apenas após rigorosa verificação de condições

eventualmente existentes. Vale destacar que a questão do exercício do controle informacional será analisada no Tópico 4 desta dissertação, para o qual se remete, testando a viabilidade constitucional e legal da utilização de tutelas inibitórias ou de remoção do ilícito.

Ainda em relação ao entendimento de Daniel Sarmento, cumpre fazer uma complementação. Isso porque, segundo o autor, a censura posterior defendida anteriormente deve ser excepcional (com o que se concorda), procedendo-se com a responsabilização civil e penal. Entende este autor apenas que caberia consignar a relevância de que a responsabilidade civil imposta ao infrator não se restrinja a alguma indenização, mas também que o Judiciário proceda à remoção do site que eventualmente haja divulgado informações incorretas acerca de algum candidato e divulgue amplamente a violação ocorrida e seus autores.

Pelo exposto, pôde-se concluir que o direito à cidadania, para além dos elementos de participação ativa do indivíduo nas decisões políticas e de ter que considerar a pluralidade de indivíduos e comunidades sociais, deve levar em consideração os fluxos informacionais recebidos pelas pessoas, porquanto estes influenciam diretamente na formação de seu convencimento político e, por conseguinte, suas intervenções sociais, contribuindo, assim, com uma expressão livre ou enviesada de sua cidadania.

2.2 O direito à privacidade.

A princípio, veja-se que o direito à privacidade encontra-se previsto no artigo 5º, X e XII da Constituição Federal de 1988, que trazem especificações quanto ao conteúdo do direito protegido. No inciso X, assegura-se a inviolabilidade da intimidade e da vida privada, enquanto, no inciso XII, protege-se o sigilo das comunicações de dados. Observe-se que apenas foram consignados os direitos mais estritamente relacionados ao objeto da presente pesquisa.

Inicialmente, pode-se extrair do direito à vida privada que ele assegura o respeito à autonomia privada do indivíduo, bem assim ao livre desenvolvimento da personalidade (SAMPAIO, 2013, p. 277). Esses direitos, de seu turno, apresentam-se intrinsecamente relacionados ao fluxo informacional recebido pelo indivíduo, o qual, como visto no tópico anterior, influencia na formação de sua visão de mundo, de seu entendimento político e, por conseguinte, de suas intervenções sociais e decisões eleitorais.

O livre desenvolvimento da personalidade, de seu turno, é um dos princípios da Lei Geral de Proteção de Dados, previsto em seu artigo 2º, VII, como um de seus fundamentos. Considerando que essa temática será abordada em tópico próprio, neste momento, apenas se

coloca que, consoante Doneda (2019, posição 1907), o livre desenvolvimento da personalidade está relacionado ao controle das informações recebidas do exterior.

Apenas em uma rápida colocação, percebe-se que o entendimento do autor coaduna-se com o raciocínio exposto no tópico anterior de que as informações recebidas por um indivíduo influenciam sua forma de ver o mundo, de sorte que aparenta fazer jus a uma regulamentação moderada.

Em relação ao inciso XII do artigo 5º, CRFB/88, observa-se que ele traz a inviolabilidade do sigilo das comunicações de dados como um direito fundamental. Por vezes, entretanto, esta garantia aparece relacionada sobretudo à proteção de direitos na seara criminal. Até certo ponto, é justificável essa preocupação, entre outros, em decorrência do passado histórico ditatorial no Brasil que antecedeu a promulgação da Magna Carta de 1988.

Entretanto, tendo em mente a sociedade contemporânea, em que os dados passaram a ser o principal ativo econômico das empresas, e os meios pelos quais as informações podem ser captadas dos cidadãos são cotidianamente ampliados, tem-se que a garantia do sigilo das comunicações de dados merece ser ampliada, fazendo com que ela incida no contexto de privacidade e proteção de dados.

Referida ampliação, de seu turno, revela-se possível sobretudo quando se considera o objeto tutelado pelo artigo 5º, XII, CRFB/88, qual seja, o conteúdo presente nas mensagens trocadas entre particulares, o qual não deve ser acessado por terceiros não autorizados. Ora, o direito à vida privada e à intimidade visam, igualmente, restringir a obtenção de informações acerca de uma pessoa por um indivíduo alheio à esfera privada de seu titular.

Por conseguinte, vê-se que o inciso XII do artigo 5º da vigente Constituição Federal, em decorrência de sua semelhança de bem jurídico tutelado quando em comparação com o inciso X do mesmo artigo, deve ter sua esfera de aplicação ampliada, atingindo também a esfera cível, especificamente, a proteção dos dados pessoais.

Por sua parte, no que se refere ao seu conteúdo, o direito ao sigilo das comunicações de dados abarca o direito ao controle das informações que circulam a respeito de determinado indivíduo, atribuindo ao seu titular a prerrogativa de controlar quem pode ter acesso aos seus dados.

Aqui, observa-se a ampliação anteriormente proposta, pois, quando aplicado estritamente à esfera criminal, o inciso XII analisado parecia proteger apenas as mensagens dos indivíduos, sem se preocupar com os dados ali contidos e o conhecimento passível de ser extraído de uma simples mensagem de texto.

Em verdade, veja-se que, mais do que o texto propriamente dito e a identificação do remetente e do destinatário da mensagem, é possível, por meio de consulta aos metadados da mensagem, obter informações acerca da localização da qual a mensagem foi enviada. De posse desse conhecimento, pode-se chegar a geolocalização do usuário e, por conseguinte, a descoberta de seu provável grau de riqueza considerando sua residência, o meio no qual estava situado ou o caminho que realiza.

Mais do que isso, o inciso XII do art. 5º, em sua tradicional aplicação, preocupava-se apenas com o acesso e a utilização indevida das mensagens trocadas e o impacto disto na liberdade do indivíduo, um dos bens jurídicos tutelados na esfera penal. Contudo, tendo em vista a garantia, desde o constituinte originário, do direito à privacidade e a necessidade de interpretar a Constituição Federal tendo em vista as alterações sociais que ocorrem, até mesmo para mantê-la atual com a sociedade a que visa regular, já se podia deduzir e, mais ainda, assegurar as garantias acima referidas por meio da Constituição de 1988.

Vale consignar, outrossim, a recente alteração à Magna Carta de 1988, promovida pela Emenda Constitucional nº 115/2022, a qual tornou explícito, no rol dos direitos fundamentais, o direito à proteção dos dados pessoais, inclusive nos meios digitais (*vide* art. 5º, LXXIX, CRFB/88; BRASIL, 1988).

Essa alteração constitucional solidificou a proteção de dados pessoais, na medida em que não é mais necessário deduzir essa garantia a partir de um esforço hermenêutico do inciso X do art. 5º da Constituição Federal de 1988.

Mais ainda, agora, a proteção assegurada no art. 1º, *caput* da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD ou Lei nº 13.709/2018; BRASIL, 2018), passou a ter assento constitucional, tornando explícita a obrigação dos aplicadores do direito e dos formuladores de políticas públicas em promover a sua consolidação.

Mais ainda, veja-se que os dados pessoais não se encontram constitucionalmente tutelados apenas quando inseridos nos meios digitais, mas também em outros meios, à semelhança da garantia contida na Lei nº 13.709/2018. Dessa forma, mesmo informações como nome e título de eleitor, se inseridos em folhas de papel, possuem a proteção da LGPD e, agora, da própria Constituição Federal.

Semelhantemente, veja-se que os direitos fundamentais, consoante entendimento do STF[14], aplicam-se não apenas aos brasileiros e estrangeiros aqui residentes, conforme a dicção

[14] HC nº 94.016/SP, 2ª Turma, Relator Ministro Celso de Mello, DJe: 16.09.2008. Muito embora referido precedente trate explicitamente do direito à liberdade, consoante a doutrina da maximização da eficácia dos direitos

do art. 5º, *caput*, CRFB/88 (BRASIL, 1988), mas também aos estrangeiros apenas em trânsito no país. Dessa forma, quaisquer operações de tratamento de dados realizadas por estrangeiros fazem jus à proteção constitucional e, como consectário lógico, às garantias da LGPD.

Vale salientar, igualmente, que, uma vez positivada a proteção dos dados pessoais no rol dos direitos fundamentais, à ela aplicam-se as eficácias vertical e horizontal dos direitos fundamentais. Explica-se.

A eficácia horizontal dos direitos fundamentais corresponde à aplicação dos direitos assegurados na Constituição às relações entre particulares, enquanto a eficácia vertical corresponde à aplicação das garantias constitucionais do indivíduo em face do cidadão. Dessa forma, é possível ao particular, após a positivação do direito à proteção dos dados pessoais, impetrar mandado de injunção caso seja necessário editar alguma lei que intensifique a proteção constitucional ora positivada.

Dessa forma, não pode um partido político, por definição legal, pessoa jurídica de direito privado, conforme o art. 44, V do Código Civil de 2002 (CC/02) (BRASIL, 2002) violar um direito antes implicitamente fundamental e agora, explicitamente fundamental.

Aqui, é de se aplicar inclusive a doutrina da eficácia diagonal dos direitos fundamentais, típica de relações jurídicas assimétricas, a exemplo da relação entre eleitorado e partidos. Tal assimetria, por sua vez, decorre da desigualdade de condições financeiras e informacionais entre o partido e os eleitores.

O desnível financeiro decorre do fato dos partidos políticos poderem receber verbas, tanto doadas por pessoas físicas, quanto recebidas do fundo eleitoral. Já o desnível informacional decorre do direito dos partidos, regulado na Lei nº 9.504/97, de realizar pesquisas e testes pré-eleitorais, os quais fornecem a eles, legalmente, dados e conhecimento acerca dos seus potenciais eleitores.

De posse do conhecimento obtido em tais pesquisas pré-eleitorais, até mesmo em épocas anteriores ao desenvolvimento das técnicas de mineração de dados, era possível compreender em quais áreas de quais cidades e de quais Estados-membros determinado candidato tinha melhor desempenho. Contemporaneamente, porém, a precisão dessa técnica foi lastreada na violação dos direitos à privacidade e ao sigilo das comunicações de dados.

---

fundamentais, positivada, entre outros, no art. 5º, § 1º, CRFB/88, implica o esforço hermenêutico para também maximizar o recém positivado direito à proteção de dados.

Ocorre que, com a evolução das tecnologias e o predomínio da economia de dados, tornou-se necessário assegurar, igualmente, o acesso aos dados das mensagens, além do uso comercial destes, haja vista dados pessoais revelarem traços da personalidade do indivíduo.

Assim, é possível concluir, em relação ao exame do direito à privacidade, que o elemento necessário a esse direito fundamental é o controle das informações recebidas e circulantes relativas a determinado indivíduo, sobre as quais o seu titular possui controle, em regra, absoluto. Tal controle é necessário, porquanto os dados revelam aspectos da personalidade do indivíduo, podendo influenciar em suas decisões políticas.

Observe-se, por fim, haver-se colocado que o controle das informações relacionadas a um indivíduo é, em regra, absoluto, pois não se pode limitar em demasia o poder de investigação do Estado. Dessa forma, entende-se que apenas nas relações entre particulares é que o controle das informações que circulam a respeito de uma pessoa é de seu controle absoluto.

Vale consignar, igualmente, a diferença entre privacidade, intimidade e sigilo. Viu-se que a privacidade está relacionada ao controle das informações recebidas e circulantes relativas a determinado indivíduo, sobre as quais o seu titular possui controle, em regra, absoluto, ressalvadas intervenções estatais investigativas. Dito de outro modo, é o direito de saber por onde suas informações circulam.

A intimidade, de seu turno, diz respeito à área da vida de um indivíduo a qual ele tem exclusivamente para si (STUDART, 2012, p. 1). Observa-se, portanto, que, enquanto a privacidade diz respeito ao poder de controle de suas informações, sendo, assim, um direito de ação, a intimidade é mais reativa, criando barreiras à entrada em circulação de informações a respeito do indivíduo.

Mais ainda, o direito à intimidade também abrange o direito de não saber, ou seja, a prerrogativa de impedir que determinada informação, ainda que se refira ao titular, chegue ao conhecimento do mesmo.

O sigilo, por sua vez, é o círculo mais interno das esferas jurídicas de proteção e está relacionado a uma obrigação legal de manter as informações que conhece, em regra, acerca de outra pessoa, longe do conhecimento de quaisquer outras. Referido direito, por sua vez, encontra-se previsto já na Constituição Federal de 1988, a qual, em seu artigo 5º, XIV, garante o acesso à informação, desde que não viole o sigilo profissional.

Observe-se, por derradeiro, que há certa aproximação semântica entre os conceitos de privacidade e intimidade, sobretudo considerando as alterações pelas quais tais definições passaram, desde o direito a ser deixado só, até o atual estágio, em que admite em seu escopo o

controle das informações que circulam a seu respeito e a imposição de barreiras sobre as informações circulantes.

2.3 O direito ao sigilo do voto.

O direito ao sigilo do voto encontra-se positivado em dois artigos: no *caput* do artigo 14 e no artigo 60, § 4º, II, ambos da Constituição Federal de 1988. Novamente principiando pela análise do *locus* constitucional em que situados, observa-se que o segredo do voto constitui direito fundamental político individual e limitação material ao poder de reforma constitucional.

Por ser um direito fundamental, novamente incide a obrigação estatal de não apenas não legislar contrariamente à sua efetivação como também promover, ativamente, sua concretização. Igualmente, o sigilo do voto é oponível ao Estado, podendo o particular, assim, demandar legislação positiva e tutela protetiva contra eventuais violações por parte do Estado.

Contudo, o sigilo do voto não se trata apenas de um direito fundamental, mas também de um limite material ao direito de reforma da Constituição, comumente denominado de cláusula pétrea.

Os limites à reforma constitucional, por sua vez, funcionam, a partir de Sarlet (2013, p. 1132) como proteções contra avanços que destruam o núcleo identitário constitucional. Mais do que isso, segundo Pedra (2006, p. 137), as cláusulas pétreas asseguram a estabilidade da Constituição Federal, evitando rupturas ou eliminações do ordenamento.

O núcleo identitário da Constituição brasileira de 1988, por sua vez, está relacionado à garantia do sigilo do voto, porquanto apenas quando livre de influências externas que representem coação sobre sua pessoa é que um indivíduo poderá, mais adequadamente, manifestar sua vontade política.

Mais ainda, veja-se que não apenas se deve preocupar com coações no sentido tradicionalmente adotado na codificação civilística, como também com desequilíbrio de influências. Isso porque é apenas quando os *players* da arena política possuem condições iguais ou aproximadamente iguais de influência sobre os eleitores que a disputa eleitoral pode ser decidida de forma equânime.

Observe-se que, se a igualdade de condições na propaganda eleitoral não fosse fator relevante na disputa política, não haveria legislações acerca do período em que a propaganda eleitoral é autorizada.

Mais ainda, tem-se que o voto é essencial para a preservação do Estado Democrático de Direito brasileiro, porquanto permite a validação periódica da manifestação da soberania popular. Tal necessidade de validação periódica, por sua vez, decorre, a partir de Fleiner-Gerster (2006, pp. 440 e 441), da necessidade de alternância do grupo majoritário no poder, de modo a alterar os objetivos perseguidos por meio dos recursos estatais.

Dessa forma, ideias tendentes a abolir o sigilo do voto, através, por exemplo, do voto impresso, por ameaçarem o instrumento mais notório de exercício da democracia, constituem ataques à democracia em si. Até porque, com amparo em Levitsky e Ziblatt (2018, p. 63), as violações ao regime democrático, em regra, acontecem vagarosamente, a exemplo da proposta do voto impresso. Muito embora aparentemente inofensiva, face à continuidade das eleições, há o comprometimento de um dos requisitos do voto, pelo que a democracia já começou a ser erodida.

Ora, se o voto é uma cláusula pétrea, então, necessariamente ele está associado à essência do Estado brasileiro e da própria Constituição, o que, por sua vez, coaduna-se com um de seus fundamentos, qual seja, o pluralismo político e a sua própria definição de Estado Democrático de Direito.

A ligação umbilical do voto com a Constituição e, mais do que isso, com sua eficácia e sua efetividade, decorre, por sua vez, do art. 1º, *caput*, CRFB/88 (BRASIL, 1988), segundo o qual, todo o poder emana do povo, que o exerce por meio de seus representantes eleitos ou diretamente.

Mais ainda, não apenas o voto foi positivado como limitação ao direito de reforma, mas também seu atributo de segredo. Dessa forma, o constituinte originário reconheceu que o sigilo do voto é um atributo relacionado intrinsecamente à essência do Estado brasileiro, qual seja, o fomento à democracia.

Referida ligação entre a essência estatal e o sigilo do voto também possui reconhecimento internacional, haja vista, nos termos do artigo 21 da Declaração Universal dos Direitos Humanos e do artigo 25 do Pacto Internacional sobre Direitos Civis e Políticos, o segredo do voto ser uma garantia da liberdade de escolha, sem pressões externas.

Contudo, veja-se que, onde referidos dispositivos carecem de atualização consiste justamente na consideração dos fatores externos informacionais, ou seja, os já mencionados fluxos informacionais que colaboram na construção do convencimento do indivíduo e, por conseguinte, em suas decisões políticas.

Pelo exposto, pode-se aduzir que o sigilo do voto é um direito fundamental, devendo ser defendido e desenvolvido pelo Estado, justamente por ser intrínseco a este, sendo fonte de legitimação do poder exercido pelos detentores dos cargos eletivos e da própria soberania popular. Mais ainda, contemporaneamente, deve-se considerar o fluxo de informações a que os cidadãos estão sujeitos, pois estes podem ser considerados elementos de influência externa indevida, em substituição à coação direta menos frequente hoje em dia.

2.4 O direito à liberdade de sufrágio enquanto escolha racional.

No presente subtópico, será analisado o direito à liberdade de sufrágio enquanto uma manifestação da escolha racional. Dito de outro modo, será analisada a parte central da dissertação, considerando-se a pergunta que norteia a presente pesquisa, com vistas a identificar de que modo a liberdade de sufrágio relaciona-se à escolha racional vista no tópico anterior e de que modo ela é afetada pela técnica do neuromarketing.

Antes, porém, faz-se necessário fixar o conceito do que consiste o direito ao sufrágio, garantia constitucional explícita, para, após, compreender a liberdade de sufrágio, direito político implícito na Magna Carta de 1988.

O direito ao sufrágio encontra-se positivado no artigo 14, *caput* da Constituição Federal de 1988 (BRASIL, 1988), possuindo, a ele associado, um predicado que já denota o sentido do esforço a ser empreendido pelo legislador ordinário: deve ser universal.

Essa qualidade, de seu turno, encontra-se em sintonia com o previsto no artigo 5º, *caput*, CRFB/88, que estabelece a igualdade entre todos os brasileiros. É bem verdade que, consoante repetidos posicionamentos do STF[15], referida igualdade, nos campos dos direitos prestacionais, deve ser entendida como igualdade material. Contudo, em sede dos direitos de primeira geração, as restrições aos direitos políticos devem ser apenas as previstas ou autorizadas em sede constitucional e veiculadas por meio de lei complementar.

Vale consignar, igualmente, que, da leitura do enunciado normativo do artigo 14, observa-se que o sufrágio é o meio de manifestação da soberania popular. Dito de outro modo, é a forma pela qual o artigo 1º, parágrafo único da Constituição Federal de 1988 (BRASIL, 1988) é concretizado, permitindo à população o exercício de seu poder político.

[15] A título meramente exemplificativo, citam-se a ADC 41 e a ADI 5.617.

Em termos de definição, cabe consignar, ainda, que o sufrágio pode ser entendido como o direito público subjetivo democrático pelo qual o povo de determinado Estado é admitido a participar da vida política, escolhendo os líderes políticos e, dessa forma, influenciado a condução do Estado (GOMES, 2016, p. 73).

O direito é público, porquanto deve ser prestado pelo Estado, em decorrência, justamente, de seu compromisso político assumido quando da positivação do direito ao sufrágio no rol dos direitos fundamentais. Ademais, é um direito subjetivo pois é exercitável pelo indivíduo, dizendo respeito à sua esfera de direitos mais íntima.

Dessa forma, pode-se concluir que o direito ao sufrágio consiste na liberdade de cada indivíduo reconhecido constitucionalmente como cidadão (não é o caso dos estrangeiros) e não vedado pela Constituição Federal a exercer o voto (cite-se, os conscritos durante o período de serviço militar), a, livremente, na época das eleições, exercerem seu voto.

Veja-se, porém, que a universalidade do sufrágio não deve ser interpretada apenas como a garantia de que todos os cidadãos aptos a votar possam assim fazê-lo. Antes, deve-se considerar os fatores externos ao exercício do direito de voto e internos ao consciente do eleitor, sobretudo as influências potencialmente indevidas recebidas pelos eleitores. Nesse ponto, entra-se na seara da liberdade de sufrágio.

Acerca desse conceito, vale principiar trazendo a contribuição de Poullet e Rouvroy (2009, p. 55), segundo os quais assegurar a aptidão individual para autodeterminar-se está atrelada não apenas enquanto um direito fundamental individual, mas também no interesse coletivo de preservar uma sociedade democrática, estando, pois, intimamente relacionada à manutenção do regime democrático.

O desejo social coletivo ou, na ausência deste (em um contexto ditatorial ou legalista populista autocrático), o dever imposto pelo constituinte originário de assegurar um Estado Democrático de Direito, exsurge, sobretudo, no atual contexto de elevada circulação de informação, a qual contribui, segundo Han (2018, p. 57), à Síndrome da Fadiga Informacional (SFI).

A SFI, por sua vez, é caracterizada pelo definhamento do juízo crítico, pois, soterrado pelo excesso de informações a ele direcionado, o indivíduo passa a priorizar apenas o consumo de informações mais simples e prontas para serem repassadas.

Assim, tendo em vista que, conforme se verá no próximo tópico, a autodeterminação informativa está relacionada ao controle das próprias informações e do fluxo recebido de dados, se e o fluxo recebido for intenso, desencadeando um quadro de Fadiga Informacional, o

indivíduo estará mais propenso a aceitar as notícias que recebe. Sendo essas notícias relacionadas a uma corrida eleitoral, por sua vez, há uma interferência na liberdade de sufrágio e, por conseguinte, na estrutura democrática.

Pelo exposto, tem-se que a liberdade de sufrágio é entendida por este autor como a condição na qual um indivíduo se encontra em que as influências por ele recebidas, sobretudo no que concerne a formação de sua vontade de política não exerçam um papel coercitivo sobre sua livre manifestação eleitoral.

Nota-se, portanto, a diferença em relação ao direito ao sufrágio, entendido, como já destacado anteriormente, como a liberdade de cada indivíduo reconhecido constitucionalmente como cidadão e não vedado pela Constituição Federal a exercer o voto a, livremente, na época das eleições, exercerem-no.

Enquanto a liberdade de sufrágio consiste em um estágio de consciência em que o eleitor pode, com razoável independência decidir em quem irá votar, o direito ao sufrágio consiste muito mais em um conjunto de fatores assegurados pelo Estado que permitem o livre exercício do instituto democrático do voto àqueles aptos a exercê-lo.

Vale destacar, neste ponto, que é inevitável a qualquer indivíduo, por mais formalmente instruído que seja, acreditar em uma ou mais *fake news* ou ser mais propenso a aceitar determinadas informações, sem maiores pesquisas, em decorrência de seu posicionamento no espectro político.

Entretanto, considerando os direitos essenciais à manutenção do Estado Democrático de Direito anteriormente vistos (liberdade de sufrágio e direito ao sufrágio, umbilicalmente relacionados), é necessário o fortalecimento das instituições constitucionalmente previstas de fiscalização e de controle eleitorais.

3. DO NÚCLEO INFRACONSTITUCIONAL: a Lei nº 13.709/2018, a Lei nº 9.504/97 e a Resolução do Tribunal Superior Eleitoral nº 23.610/2019.

No tópico anterior, foram analisados os fundamentos constitucionais mais diretamente relacionados ao núcleo do sigilo do voto, quais sejam, a cidadania, privacidade, sigilo do voto e o sufrágio. Quanto à cidadania, viu-se que esta deve considerar a participação ativa da pluralidade dos cidadãos, além dos fluxos informacionais recebidos pelos indivíduos, os quais influenciam em sua tomada de decisões.

No tocante ao direito à privacidade, constatou-se que o elemento necessário à concretização deste direito fundamental é o controle das informações recebidas e circulantes relativas a determinado indivíduo, sobre as quais o seu titular possui controle, em regra, absoluto, ressalvadas eventuais necessidades de diligência judicial.

Em sequência, viu-se que o sigilo do voto é um direito fundamental, devendo ser defendido e desenvolvido pelo Estado, justamente por ser intrínseco a este, sendo fonte de legitimação do poder exercido pelos detentores dos cargos eletivos. Mais ainda, contemporaneamente, deve-se considerar o fluxo de informações a que os cidadãos estão sujeitos, pois estes podem ser considerados elementos de influência externa indevida, em substituição à coação direta, por exemplo, menos frequente hoje em dia.

Por fim, no que diz respeito ao requisito do sufrágio, é necessária a garantia da universalidade, formal, compreendida esta como o esforço estatal para efetivar o exercício eleitoral a todos os que preencherem os requisitos previstos na atual Constituição Federal, bem assim da universalidade material, concebida como o direito ao exercício do voto por todos longe de influências indevidas.

No presente tópico, por sua vez, serão analisadas as leis nº 13.709/2018 (LGPD ou Lei Geral de Proteção de Dados) e nº 9.504/97. A primeira regula as operações realizadas com dados pessoais por pessoas naturais ou jurídicas, de direito público ou privado. Já a segunda trata da propaganda eleitoral.

Na Lei Geral de Proteção de Dados, serão investigados os fundamentos da proteção de dados da autodeterminação informativa e do livre desenvolvimento da personalidade, previstos no artigo 2º, II e VII, LGPD, com vistas à formação do núcleo infraconstitucional da proteção de dados.

Mais ainda, analisou-se a Resolução nº 23.610/2019, do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), que regula a propaganda eleitoral, essencial a este tópico, pois não se pode prescindir de investigar as determinações positivas do órgão máximo da Justiça Eleitoral.

Insta salientar, ainda, que não se desconhece que há outros diplomas que, ainda que de forma subsidiária, tratam do direito à privacidade, a exemplo da Lei nº 12.965/2014 ou Marco Civil da Internet, o qual prevê, entre seus princípios, a proteção à privacidade e aos dados pessoais (art. 3º, II e III, Lei nº 12.965/2014). Contudo, referido diploma normativo não disciplina especificamente operações de tratamento de dados pessoais, razão pela qual não será tratado nesta dissertação.

3.1 Da Lei Geral de Proteção de Dados.

A Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018 ou LGPD) tem por objetivo, nos termos de seu art. 1º, *caput*, regular o tratamento de dados pessoais, em meios digitais ou não, feito por pessoa natural ou jurídica, de direito público ou privado, com vistas à proteção dos direitos à privacidade, à liberdade e ao livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural.

Para que se possa compreender melhor o alcance do objeto de tutela da LGPD, faz-se necessário explanar, brevemente, acerca de alguns conceitos novos trazidos na definição acima, quais sejam: tratamento e dados pessoais.

O primeiro conceito é definido como toda operação realizada com dados pessoais, por exemplo, a coleta, o acesso e a distribuição de dados pessoais (art. 5º, X, LGPD). Estes, de seu turno, são informações relacionadas à pessoa natural identificada direta ou indiretamente (art. 5º, I, LGPD).

Assim, em uma segunda leitura do art. 1º, *caput*, LGPD é possível concluir que a Lei nº 13.709/2018 teve por objetivo apresentar uma regulação inicial para as operações realizadas com informações relacionadas a pessoas naturais identificadas diretamente ou através de associações das informações disponíveis.

Por evidente que não será realizada a análise da LGPD em toda sua extensão, sequer aplicada ao contexto aqui tratado, qual seja, o eleitoral. Desta forma, a dissertação será restrita aos fundamentos prescritos no art. 2º, II e VII, LGPD, quais sejam, a autodeterminação informativa e o livre desenvolvimento da personalidade, fundamentos da disciplina de proteção de dados no Brasil e mais diretamente relacionados aos objetivos específicos desta dissertação.

3.1.1 Da autodeterminação informativa.

A autodeterminação informativa teve como um de seus marcos conceituais mais importantes o julgamento do Tribunal Constitucional Federal alemão (TCF) de 1983, no qual se discutiu a constitucionalidade da lei do Censo de 1983, entre eles a prerrogativa legal de, ilimitadamente, obter, armazenar e compartilhar dados referentes aos cidadãos alemães.

Nesse contexto, a Corte Constitucional alemã cunhou o termo autodeterminação informativa, estabelecendo que este diz respeito à prerrogativa do indivíduo de decidir, por si próprio, como seus dados pessoais serão utilizados.

Mais ainda, o TCF estabeleceu que eventuais restrições à autodeterminação informativa seriam possíveis em situações de predominância do interesse comum e, ainda assim, seriam necessárias precauções implementadas no decurso do processo de organização do armazenamento de dados.

Por certo que não se pode, sob pena de cometer grave erro metodológico e injustiça intelectual, comparar as legislações de privacidade vigentes à época e as atuais, ainda que estritamente europeias. Contudo, é louvável observar, por exemplo, a presença do direito ao acesso à informação e, mais ainda, a consignação de quão desatualizado, já a época, era o método estatístico de respostas obrigatórias a todas as perguntas do Censo.

Insta, porém, fazer uma pequena explicitação de sentido em relação à expressão "interesse comum", a qual deve ser compreendida como o interesse público, benéfico à coletividade e voltado para traçar políticas públicas.

Posicionamento semelhante foi adotado pelo Supremo Tribunal Federal (STF), o qual, no referendo da cautelar deferida na Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 6.387/DF, consignou que o armazenamento de dados por período excessivo, a ausência de medidas técnicas de segurança da informação e, à época, a *vacatio* da LGPD, formavam um quadro jurídico de enfraquecimento do direito à privacidade.

Muito embora não expressamente mencionada, até por ainda não vigorar, à época, a LGPD, a autodeterminação informativa é um princípio que pode ser subentendido da decisão do STF, pois os cidadãos brasileiros não teriam pleno controle de seus dados, cedidos quando do Censo e, na proposta da Medida Provisória, mantidos pela duração do quadro pandêmico, ou seja, de forma pouco determinada. Mais ainda, a utilização dos dados pessoais para planejamento do controle epidemiológico revela-se tredestinação de seu uso inicial (para fins censitários), violando o fundamento da finalidade.

Modernamente, observa-se, a partir do trabalho de Solove (2006), que a privacidade passou a abranger outras concepções além do conceito primeiro de "ser deixado só", por Warren e Brandeis (1890). Segundo o autor, as atividades que influenciam o direito à privacidade apresentam níveis distintos de possibilidade de dano à medida que se afasta do titular do dado pessoal e de seu controle (SOLOVE, 2006, p. 487).

No trabalho de Solove (2006), são propostas 4 classificações de atividades relacionadas à privacidade: agregação, tratamento e disseminação de informações, além de invasões, tudo em tradução literal a partir do trabalho de Solove. No tocante à sua classificação, vale observar o emprego do vocábulo informações, a qual, porém, deve ser entendida, por aproximação semântica, como "dados pessoais", com vistas à uniformização do vocabulário utilizado nesta dissertação, baseada na LGPD.

Das atividades elencadas por Solove (2006, p. 478), porém, as que mais diretamente são relacionadas aos fins deste subtópico são o uso secundário dos dados pessoais e a interferência decisional. Isso porque a hipótese a ser testada na dissertação, conforme exposto na introdução, é de que a técnica do neuromarketing, a ser tratada em tópico próprio, viola o direito ao sigilo do voto por influência indevida no convencimento eleitoral dos cidadãos.

Ora, o tópico de interferência decisional explicitamente trata do assunto. Já o uso secundário dos dados pessoais também está relacionado, pois é a partir do uso não informado dos dados pessoais coletados que é obtido conhecimento apto a gerar planejamento de campanha eleitoral direcionada. O próprio Solove (2006, p. 487) consigna um efeito das violações de privacidade sobre as ações políticas das pessoas, qual seja, o desencorajamento de atender a demonstrações políticas.

Em complemento ao autor, não apenas o desencorajamento, mas também o engajamento direcionado a comparecer a manifestações específicas é um efeito pernicioso do tratamento ilegal de dados pessoais, porquanto a soberania popular possui como um de seus pressupostos lógicas a liberdade. Dessa forma, induzir a população a participar de uma manifestação é uma forma de viciar a liberdade política coletiva.

Principiando pelo estudo do uso secundário dos dados pessoais, observa-se que, no tocante, Solove (2006, p. 519) definiu esta atividade como o uso de dados pessoais para propósitos diferentes dos originalmente consentidos pelo titular de dados. Quanto à definição, de início, não se deve criticá-la em decorrência da menção ao consentimento como marco para verificar o uso secundário dos dados pessoais.

A uma, porquanto, à época da escrita do artigo, não havia uma movimentação legislativa tão intensa quanto à atual (até mesmo em decorrência dos desafios hoje existentes que não estavam postos à época), no sentido de positivar o que hoje se conhece como "bases legais de tratamento", ou seja, as justificativas legais para tratar dados pessoais. Assim, a autorização do indivíduo, visto como proprietário dos dados a ele referidos, era a principal motivação para o tratamento de seus dados pessoais.

A duas, pois, mesmo que se recorra ao rol de bases legais de tratamento de dados pessoais e dados sensíveis hoje positivado nos arts. 7º e 11 da LGPD, observa-se que, excluindo-se o consentimento, todas as demais bases de tratamento prescindem da autorização do titular de dados. Dessa forma, entende-se que, em certo sentido, o conceito trazido por Solove está adequado às diretrizes brasileiras de privacidade e proteção de dados, o que, ressalte-se, não significa dizer que a LGPD haja se baseado em seu trabalho ou que o autor norte-americano haja previsto em algum sentido a normativa brasileira. O que se afirma é, apenas e tão somente, que há elementos de semelhança entre a conceituação trazida e o que está positivado no Brasil.

Analisando-se o conceito em si, por sua vez, observa-se a ponderação do elemento finalístico, ou seja, para que reste caracterizada uma violação à privacidade, é necessário que os dados cedidos pelo titular sejam empregados de forma diferente da autorizada. Por sua vez, se submetido ao crivo da LGPD, esse elemento finalístico encontra-se em sintonia com esta normativa, haja vista um dos princípios das atividades de tratamento de dados pessoais, nos termos do art. 6º, I, Lei nº 13.709/2018 (BRASIL, 2018), é a finalidade, segundo a qual o tratamento de dados deve atender a propósitos, entre outros, informados ao titular.

A interferência decisional, por sua vez, foi definida como a interferência governamental em relação a certos assuntos de suas vidas particulares (SOLOVE, 2006, p. 554). Mais adiante, o autor complementa que a interferência decisional aplica-se a áreas socialmente consideradas como privadas, "por exemplo, lar, família e corpo" (SOLOVE, 2006, p. 555).

Referida conceituação é inadequada por duas razões. Primeiramente porque a interferência pode ser não apenas governamental, mas também privada, seja por pessoa jurídica, seja por pessoa física. A título exemplificativo, tem-se o escândalo da *Cambridge Analytica*, empresa que tratou dados de eleitores americanos para serem utilizados pelos partidos estadunidenses. Nesse caso, observa-se que, tanto o destinatário do conhecimento obtido, quanto o intermediário utilizado no tratamento de dados, são pessoas jurídicas de direito privado, na conceituação civilística brasileira.

A segunda crítica trazida à conceituação de Daniel Solove refere-se ao entendimento do pesquisador americano de que a interferência decisional aplica-se a áreas socialmente consideradas privadas. Muito embora o rol elencado pelo autor seja nitidamente exemplificativo, é criticável a utilização do critério social como parâmetro para aferição da interferência decisional.

Isso porque o direito ao voto é uma cláusula pétrea, como aliás já consignado no tópico 2.3, para o qual se remete. Nessa condição, possui, como já visto em mencionado tópico, a dupla função de levar o legislador a fortalecê-lo e protegê-lo contra retrocessos, haja vista sua função de limite material à reforma da Constituição. Mais ainda, por constar como cláusula pétrea, há o reconhecimento explícito, pelo constituinte originário, do direito ao voto como elemento essencial ao Estado Democrático de Direito.

Ora, diante de tantos elementos jurídicos e políticos, não é correto, no entendimento deste autor, a utilização estrita do critério social para aferição dos campos em que a interferência decisional pode restar caracterizada.

Assim, em releitura da conceituação trazida, é mais adequado, considerando-se a matriz constitucional brasileira, entender a interferência decisional como a interferência indevida no direito à privacidade, que se configura quando pessoa física ou jurídica trata dados pessoais de forma inconstitucional e/ou ilícita, violando direitos fundamentais positivados, implícitos ou trazidos em tratado internacional de direitos humanos ao qual o Brasil seja signatário, independente de possuir esse tratado status de emenda constitucional.

Por certo que a interpretação social deverá ser considerada, tendo em vista ser o povo detentor primeiro e último do poder. Entretanto, uma conceituação com elementos jurídicos traz maior segurança para fins de detecção de possíveis violações.

Isto posto, pode-se concluir, ao final deste subtópico, que a autodeterminação informativa pode ser entendida como a prerrogativa do titular de dados que lhe assegura o controle sobre a circulação de seus dados pessoais e sobre o fluxo de informações que recebe.

Em relação ao controle de seus dados pessoais, estes podem ser utilizados, desde que predomine o interesse público, benéfico à coletividade e voltado para construção de políticas públicas, desde que sejam implementadas medidas de segurança da informação, além de manutenção da finalidade inicial do tratamento de dados ou da informação ao titular de seu novo uso.

Mais ainda, o tratamento deve ser fundamentado em base legal prevista na LGPD e sem que haja violação de quaisquer direitos fundamentais ou humanos.

3.1.2 Do livre desenvolvimento da personalidade.

O livre desenvolvimento da personalidade é, na LGPD, o objeto de tutela do diploma legal, porquanto assim explicitamente mencionado no art. 1º, *caput*, Lei nº 13.709/2018 (BRASIL, 2018), bem assim um fundamento da proteção de dados, segundo o art. 2º, VII, LGPD (BRASIL, 2018).

De sua topografia legal, por sua vez, já se pode divisar que o livre desenvolvimento da personalidade consiste, simultaneamente, em um compromisso do legislador em assegurar sua efetividade, assim como uma diretriz interpretativa para os operadores do direito.

O compromisso estatal decorre, segundo Vainzof (2020, p. 22), da constatação, pelo legislador, de que o titular de dados é, em regra, a parte vulnerável na relação com os agentes de tratamento de dados pessoais.

Essa vulnerabilidade, por sua vez, decorre do desequilíbrio informacional e organizacional observado entre os agentes de tratamento, tradicionalmente pessoas jurídicas de direito privado, e os titulares de dados. O desequilíbrio informacional decorre da concentração, no pólo dos agentes de tratamento, de grande quantidade de informações acerca de um titular específico, fornecida quando do fechamento do contrato.

Mais ainda, a pessoa jurídica de direito privado que trata dados pessoais possui grande quantidade de dados de outros indivíduos, também seus clientes. Assim, pode, por meio de comparações e inferências feitas a partir de sua base de dados, com o auxílio de algoritmos computacionais ou não, pode realizar inferências e, assim, enriquecer sua base de dados e de conhecimento acerca dos seus clientes.

Observe-se, porém, que o raciocínio aplicável às pessoas jurídicas de direito privado a elas não se restringe, incidindo também o Estado brasileiro e os diferentes entes que o compõem (União, Estados, Distrito Federal e Municípios). Isso porque o ente público é prestador de diversos serviços, sejam exclusivos ou compartilháveis com a iniciativa privada, além de impor obrigações aos cidadãos as quais só podem ser adimplidas por meio do compartilhamento de dados pessoais.

A título exemplificativo, tem-se a prestação de serviços de saúde pública pelo Sistema Único de Saúde, que necessita da coleta de dados pessoais sensíveis, entendidos esses como os dados pessoais que, no caso, dizem respeito à saúde do indivíduo, por exemplo, histórico familiar, quadro clínico e fármacos ingeridos.

Ilustrando as obrigações impostas aos cidadãos pelo Estado, tem-se o pagamento de tributos, notadamente o imposto de renda pessoa física, o qual demanda, em sua declaração de ajuste anual, o fornecimento de diversos dados pessoais, por exemplo, nome completo, número de identidade, do CPF e do título de eleitor.

No que se refere ao desequilíbrio organizacional, observa-se a presença, tanto na iniciativa privada quanto no serviço público, de estruturas de defesa dos interesses corporativos em juízo, as quais são mais bem estruturadas do que as montadas pelos cidadãos, as quais, em regra, atuam sozinhos na defesa de seus interesses.

Nessa situação, dificulta-se a atuação dos titulares de dados na defesa de suas garantias fundamentais tendo em vista o custo financeiro de produzir provas e constituir advogados. Mais ainda, por vezes diversos clientes, localizados em cidades distintas, têm o mesmo direito violado e, na ausência de comunicação efetiva entre os titulares de dados, torna-se difícil conseguir um provimento uniforme. Outrossim, dificulta-se eventuais mudanças legislativas em prol do titular de dados, haja vista não possuir influência política coesa para pressionar os legisladores.

Em relação ao livre desenvolvimento da personalidade enquanto fundamento da proteção de dados no Brasil (art. 2º, VII; BRASIL (2018)), é importante principiar pela distinção entre fundamento e objetivo. Conforme Bastos (1999, p. 174), os fundamentos constituem o embasamento do Estado, os valores principais dos quais não pode abdicar. Já os objetivos, ainda segundo Bastos (1999, p. 174), são uma meta externa, colocada pelo legislador para que seja perseguida pelos operadores do direito.

Aplicando-se referido marco teórico aos dispositivos da LGPD em análise (art. 1º, *caput* e art. 2º, VII), tem-se que o livre desenvolvimento da personalidade é, simultaneamente, marco originário e teleológico da legislação de proteção de dados no Brasil. Dito de outro modo, o livre desenvolvimento da personalidade deve pautar o desenvolvimento legislativo das normas de proteção de dados, bem assim sua aplicação, orientando os operadores do direito.

Partindo-se para a definição do núcleo do livre desenvolvimento da personalidade, tem-se que esta pode ser entendida, a partir de Schreiber (2021, posição 76), como a aptidão genérica de um indivíduo para ser titular de direitos e obrigações. O mesmo autor assevera, ainda, que a noção de personalidade exprime o conjunto de atributos próprios de uma pessoa merecedora de especial proteção jurídica (2021, posições 97-98).

Essa especial proteção do ordenamento jurídico, por sua vez, decorre do fato da personalidade ser, simultaneamente, uma construção e um meio de intervenção social. É uma

construção, pois os indivíduos têm suas percepções de mundo e de si mesmos influenciadas pelos indivíduos com os quais mais diretamente convivem e é a partir dessas percepções que o indivíduo age em seu meio. Logo, caso os fluxos informacionais recebidos pela pessoa não estejam submetidos a algum tipo de regulação moderada, é possível que, pela insistência de determinado estímulo, o cidadão tenha sua vontade de algum modo viciada.

Não se desconhece que, muitos antes de se considerar a possibilidade do neuromarketing ou mesmo do marketing eleitoral profissional, era possível uma pessoa ser influenciada pelo seu núcleo familiar próximo a adotar determinada postura política.

Entretanto, referida influência, para além de estar localizada na intimidade familiar, fora do espectro de atuação estatal, não possui caráter profissional, a qual, nos termos dos arts. 966 e 1142 do Código Civil (BRASIL, 2002) pressupõe objetivo de lucro (seja financeiro, seja político), profissionalização, organização e costume no exercício. Ora, eventual exercício de convencimento de uma pessoa sobre um seu familiar em época de eleições não preenche os requisitos da profissionalização, do costume de exercício, da organização tampouco da finalidade lucrativa, pelo que não deve ser regulada pelo Estado, sob risco de censura.

Se, como visto, a personalidade está relacionada ao escopo das ações atreladas à percepção que uma pessoa tem da realidade que a cerca e da forma como ela intervirá diante desta realidade, tem-se que o direito ao livre desenvolvimento da personalidade diz respeito ao compromisso imposto pelo legislador federal aos aplicadores do direito de atuarem para proteger os indivíduos de influências excessivas na formação de sua vontade política.

3.2 Do núcleo eleitoral: o direito à propaganda eleitoral.

No presente subtópico, será analisado o núcleo eleitoral da dissertação, investigando-se o direito à propaganda eleitoral, com o objetivo de estabelecer os padrões mínimos para o seu exercício. Este subtópico será relevante porquanto, na presente dissertação, investiga-se, em última análise, eventual excesso no exercício do direito à propaganda eleitoral em decorrência da utilização da técnica de neuromarketing. Dessa forma, é necessário analisar o núcleo do direito mesmo à propaganda eleitoral, um dos direitos em choque.

Outrossim, veja-se que, conforme já apontado na introdução, em que pesem as diferenças jurídicas entre os termos propaganda, marketing e publicidade, na presente dissertação eles serão considerados sinônimos.

De início, é válido salientar que o direito à propaganda eleitoral é assegurado, entre outros, pelo artigo 248 do Código Eleitoral (BRASIL, 1965), que assegura que ninguém poderá impedir a propaganda eleitoral, inutilizar, alterar ou perturbar os meios lícitos nela empregados.

Daqui, retiram-se duas conclusões. A primeira delas é a de que os candidatos políticos possuem o direito à propaganda eleitoral. Isso, por sua vez, é até mesmo um consectário lógico do pluralismo político, constitucionalizado como um dos fundamentos da República Federativa do Brasil e do Estado Democrático de Direito no qual ela se constitui.

A relação entre o direito à propaganda eleitoral e o pluralismo político, por sua vez, decorre da relação do primeiro como um instrumento para consecução do segundo. Isso porque o pluralismo político pode ser entendido como a liberdade assegurada aos indivíduos para que manifestem seus pensamentos (LIMA, 2013, p. 135).

De seu turno, uma das formas de manifestação de pensamento, em um contexto específico, é através da propaganda eleitoral, por meio da qual se manifesta determinada linha de pensamento em conformidade com um projeto de poder específico com vistas ao convencimento do eleitorado.

O direito à propaganda eleitoral, de seu turno, deve ser exercido em consonância com o ordenamento jurídico local, sendo essa a segunda conclusão extraída do enunciado normativo do artigo 248 do Código Eleitoral. Tal conformidade, por sua vez, deve ocorrer tanto do ponto de vista formal, quanto material.

A adequação material da propaganda eleitoral à lei ocorre quando se analisa o conteúdo das mensagens veiculadas com os direitos assegurados no ordenamento jurídico brasileiro. Assim, não pode, por exemplo, um candidato propor o estabelecimento de qualquer diferença entre brasileiros não compatível com a Constituição, sob pena de violação do princípio da isonomia e da igualdade.

Da perspectiva formal, por sua vez, deve-se analisar a licitude do meio pelo qual é veiculada a propaganda eleitoral. Nesse contexto, convém analisar as disposições da Resolução nº 23.610/2019, do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), a qual regula, entre outros, a propaganda eleitoral e as condutas ilícitas em campanha. Por haver maior pertinência temática com a pergunta de pesquisa desta dissertação, será feita uma análise apenas dos tópicos que apontam diretrizes para conformação do direito à propaganda eleitoral.

O primeiro dispositivo que pode ser mencionado é o art. 10, *caput* da Resolução nº 23.610/2019 do TSE, a qual estabelece que a propaganda, em qualquer de suas formas, não poderá empregar meios que criem, artificialmente, na opinião pública, estados mentais,

emocionais ou passionais. Tal vedação, porém, não deve inviabilizar a liberdade de pensamento ou expressão.

Deste primeiro dispositivo, pode-se aduzir o objetivo do legislador de preservar a liberdade de sufrágio, relacionada, a partir de Gomes (2016, p. 84), à legalidade do próprio pleito eleitoral. O reconhecimento da legalidade, por sua vez, é necessário porquanto a investidura de um candidato eleito é um ato por meio do qual o povo, detentor originário do poder político conforme art. 1º, parágrafo único, CRFB/88, transfere referido poder à pessoa por ele escolhida para em seu nome governar. Assim, é preciso que referida cessão temporária esteja em conformidade com os preceitos legais.

Reforçando a necessidade de preservação da autonomia da vontade no processo eleitoral, especificamente na formação da convicção política, o § 1º do art. 10 da Resolução nº 23.610/2019 coloca que a restrição a criar estados mentais artificiais não deve ser interpretada de forma a inviabilizar a crítica política. Veja-se que, ao reafirmar o direito à crítica política, o legislador fez uma separação clara entre a crítica, que envolve elemento de consciência, e a manifestação política direcionada pela indução de uma propaganda direcionada, reafirmando a legalidade do primeiro e a ilegalidade do segundo.

Ainda, vale consignar o conteúdo do artigo 57-E, *caput* e § 1º, da Resolução do TSE ora em análise, a qual veda a utilização, cessão, venda ou doação de endereços eletrônicos de clientes em favor de partidos, coligações ou candidatos. Essa vedação, por sua vez, está voltada à garantia da autodeterminação informativa, ou seja, do controle que o titular dos dados, no caso, o eleitor, possui.

Pode-se observar, por conseguinte, que a manutenção da autonomia da vontade do eleitorado é um dos objetivos principais da resolução eleitoral em análise, sendo, portanto, um dos elementos essenciais a ser observado quando do emprego de técnicas de neuromarketing.

Ainda acerca da temática da preservação da autonomia da vontade, insta consignar que, consoante Pimentel (2019, p. 58), a propaganda eleitoral, em que pese poder ser compreendida como a técnica de divulgação de ideias para convencimento e direcionamento das massas, não é lícito à propaganda eleitoral, nesse direcionamento, incutir, artificialmente, os denominados estados emocionais, por exemplo, medo.

A proibição acima mencionada, por sua vez, pode ser de certo modo justificada em decorrência do apontado por Elster (1999, pp. 243-246), segundo o qual as emoções, a exemplo do medo, são caracterizadas por levarem o indivíduo a experienciar uma excitação fisiológica. Não são estados de espírito prévio que, só então, levam o indivíduo a experimentar uma emoção

(nessa categoria, enquadram-se, por exemplo, o antissemitismo, uma disposição emocional na dicção de Elster).

Por sua vez, influenciado por essas experiências emocionais, o indivíduo é levado a acreditar que o contexto que o cerca é diferente do que de fato é, o que, em conjunto com o pensamento positivo anteriormente tratado, o conduz a tomar atitudes políticas por vezes contraditórias aos seus interesses. Assim, vê-se que, mesmo essas atitudes possuem um senso de racionalidade em sua origem, mesmo que no percurso ele acabe sendo deturpado.

4. NEUROMARKETING E DIREITOS POLÍTICOS FUNDAMENTAIS: uma proposta de regulação e de sua instrumentalização.

A princípio, pode parecer contraditório, após afirmar a inconstitucionalidade e ilegalidade da prática do neuromarketing eleitoral, pugnar por uma forma de regulação ao invés de sua declaração de inconstitucionalidade e ilegalidade com completa vedação.

Contudo, é do entendimento particular deste autor que, a menos que alguma prática atente contra bens da vida que não admitam qualquer raciocínio espectral (por exemplo, a vida, no caso do homicídio, e a integridade física, psicológica ou moral, no caso da tortura), é possível sua regulação, de forma a tornar uma prática anteriormente inconstitucional e ilegal em constitucional e legal.

Em certa medida, referido raciocínio assemelha-se à interpretação conforme à Constituição, recorrentemente empregada pela Suprema Corte brasileira no lugar da simples declaração de inconstitucionalidade e extirpação do ordenamento jurídico.

Em segundo lugar, a regulação da referida prática parece ser mais adequada do que sua vedação. Isso porque são inegáveis as mudanças tecnológicas que promovem o aumento das possibilidades de captação de dados acerca das pessoas.

Mais ainda, a constante busca do mercado por eficiência de custos, mercado esse no qual os partidos políticos inserem-se, por mais que sejam pessoas jurídicas de direito privado com um propósito particular com inegável interesse coletivo, fatalmente levará os interesses econômicos a buscarem formas de burlar a proibição eventualmente imposta. Assim, a regulação parece ser o melhor caminho.

Dessa forma, e em consonância com Pimentel (2019, p. 147), por não ser tecnicamente possível nem factualmente provável, ainda que com esforços capitaneados por órgãos estatais, a exemplo do TSE, lograr êxito na proibição do uso de robôs, parece ser mais eficiente a proposição ao menos de um esboço de uma regulação na forma da apresentação dos limites jurídico-constitucionais a condicionar essa regulação e das áreas passíveis de serem reguladas.

De início, é válido destacar que, com vistas à apresentação de uma proposta regulatória, serão utilizados os elementos encontrados nos julgados analisados ao longo da pesquisa empírica desta dissertação e sumarizados, por tudo, no tópico 1.4 desta dissertação. Isso para que se parta de uma base de compreensão consolidada pelos tribunais nacionais.

Dessa forma, partindo-se de referidas conclusões exaradas, é possível perceber que um dos elementos a serem resguardados é a espontaneidade da manifestação política individual.

Nesse tocante, por meio da pesquisa empírica, foi possível constatar que o direito à liberdade de sufrágio, muito embora apenas implicitamente assegurado no rol das cláusulas pétreas, é utilizado, ainda que não de forma explícita, pelos tribunais, sendo referido como "espontaneidade da manifestação". Essa, por sua vez, é afetada pela linguagem empregada na publicidade eleitoral, de sorte que um dos campos que devem ser regulados é a linguagem vedada.

Igualmente, deve-se apresentar os tópicos que não podem ser abordados em uma propaganda eleitoral, por exemplo, ataques à individualidade dos candidatos ou a veiculação de notícias falsas, caluniosas ou ataques à vida pessoal dos candidatos.

A remoção de espontaneidade, por sua vez, coaduna-se, em termos de efeitos, com o já exposto sobre a neuropolítica e a forma através da qual, pelo emprego de técnicas de marketing, constrói, na mente dos eleitores, tendências a escolher candidaturas específicas.

A estrutura empregada pelos partidos políticos na veiculação de material propagandístico, por sua vez, também indicava a ausência de espontaneidade. Em alguns julgados, por exemplo, foi observado o emprego de aparelhos de som de grande porte na veiculação dos jingles, por exemplo. Assim, outro campo a ser regulado seria a estrutura passível de ser empregada pelos partidos políticos para o uso de ferramentas de neuromarketing.

Mais um elemento que pode ser extraído da análise dos julgados selecionados é a relevância da ciência inequívoca pelo candidato beneficiado acerca das estratégias de marketing empregadas.

No caso do neuromarketing, muito embora essa estratégia de propaganda eleitoral seja utilizada através, por exemplo, de *bots*, não é necessário, para a comprovação da ciência do candidato, que o mesmo tenha tomado parte ativa na elaboração dos mecanismos em si.

Basta que não haja fiscalizado o responsável pelo marketing da campanha no que concerne às empresas contratadas para viabilizar sua estratégia de marketing digital. Portanto, outro campo a ser regulado são as hipóteses em que a ciência do candidato é presumida.

A partir da análise dos julgados, igualmente, foi possível perceber que não é possível que a propaganda eleitoral associe a vitória do outro candidato à piora da localidade na qual o indivíduo, se eleito, assumirá cargo eletivo. Isso porque referida associação parecerá, a depender da frequência de veiculação da campanha, como um futuro inevitável, levando sobretudo o eleitor indeciso a escolher a outra candidatura com base no cenário que, de tanto que lhe foi mostrado, pareceu certo.

Outra área a ser regulada seriam os instrumentos utilizados nas campanhas eleitorais a ser obrigatoriamente informados à Justiça Eleitoral e qual formatação é necessária quando de sua utilização, à semelhança dos requisitos necessários quando da veiculação da propaganda eleitoral.

Vale consignar, igualmente, o instrumento por meio do qual será viabilizada a regulação do neuromarketing nos moldes acima expostos. Para tanto, será analisada a viabilidade do uso das tutelas inibitórias. Igualmente, será avaliada a possibilidade do uso das tutelas de remoção do ilícito, comparando, qual das duas, se alguma, é passível de ser utilizada, tendo em vista o marco teórico constitucional e legal estabelecido e de outros dispositivos constitucionais pertinentes.

De início, vale consignar que as tutelas inibitórias podem ser compreendidas como provimentos jurisdicionais, de natureza preventiva, baseados na probabilidade da prática ilícita, sua repetição ou continuação (ARENHART, MARINONI e MITIDIERO, 2021, p. 424).

De seu turno, ainda conforme Arenhart, Marinoni e Mitidiero (2021, p. 424-425), a tutela de remoção do ilícito visa eliminar uma situação contrária ao ordenamento jurídico ou remover os efeitos concretos derivados de uma ação ilícita, tendo, assim, caráter repressivo.

No que se refere ao seu aspecto positivo, a tutela inibitória encontra-se prevista no art. 497, CPC (BRASIL, 2015), o qual estabelece, *in verbis*:

> Art. 497. Na ação que tenha por objeto a **prestação de** fazer ou de **não fazer, o juiz, se procedente o pedido, concederá a tutela específica ou determinará providências que assegurem a obtenção de tutela pelo resultado prático equivalente.**
> Parágrafo único. **Para** a concessão da tutela específica destinada a **inibir a prática**, a reiteração ou a continuação de um ilícito, ou a sua remoção, **é irrelevante a demonstração da ocorrência de dano** ou da existência de **culpa ou dolo. (grifei)**

Conforme se extrai do dispositivo acima colacionado, pode-se perceber que uma das vantagens do uso das tutelas inibitórias é a desnecessidade de demonstrar dano, culpa ou dolo. Dessa forma, constatado o ilícito, torna-se um poder-dever do juízo conceder a tutela ou assegurar o resultado prático equivalente.

Entretanto, no contexto eleitoral que serve de pano de fundo para a presente dissertação (neuromarketing na propaganda eleitoral), é justamente na efetivação da tutela que se encontram problemas, sobretudo considerando o marco constitucional.

Principiando pelos direitos que serviram de fundamento para a construção do núcleo constitucional da dissertação, para o qual se remete, observa-se que o uso das tutelas inibitórias apresenta incompatibilidade com o direito à cidadania.

Isso porque, conforme visto, o direito à cidadania envolve a ligação de um indivíduo à sua comunidade, as interações com outras comunidades, sua influência nos atos políticos *stricto* e *lato sensu* e também os fluxos informacionais recebidos pelos cidadãos, sobretudo em épocas eleitorais.

Analisando-se a definição de cidadania construída, observa-se que a aparente incompatibilidade das tutelas inibitórias em decorrência de seu caráter preventivo, baseado na probabilidade da prática, sua reiteração ou repetição. Haja vista a cidadania ser expressa, em grande medida, por atos políticos, um controle judicial prévio adquiriria perigosas semelhanças com censura, vedada pela Constituição Federal.

As tutelas de remoção de ilícito, de seu turno, parecem ser mais adequadas, tendo em vista seu caráter posterior. Contudo, até que elas sejam implementadas, pode ser que uma parcela do eleitorado já tenha sido aliciada para votar em determinada candidatura. Assim, nenhuma das duas formas de tutela apresentadas parece ser a mais adequada.

Contudo, tendo em vista as possibilidades positivadas e em comparação com a tutela preventiva, perigosamente semelhante à censura e apenas permitida na estrita hipótese de impossibilidade de facultar direito de resposta ao candidato atingido por uma propaganda, é admissível serem as tutelas de remoção do ilícito a melhor alternativa para correção de eventuais abusos na propaganda eleitoral por meio do uso do neuromarketing.

Observe-se, todavia, que a análise feita no presente tópico não deve se restringir às tutelas inibitórias ou de reparação do ilícito, tendo em vista a evolução dos métodos de tutelar os direitos em análise, qual seja, a liberdade de sufrágio e o sigilo do voto.

Deve-se, portanto, recorrendo à linguagem do CPC, buscar uma forma de obter o resultado prático equivalente, sem os perigos de se aproximar da censura ou o risco de, relegando o controle para momento posterior, arriscar o vício da vontade dos eleitores e o comprometimento da liberdade de sufrágio. Nesse sentido, será apresentada a hipótese que, no entendimento deste autor, é a mais adequada, qual seja, o *compliance*.

De início, é válido salientar que o termo *compliance* pode ser compreendido como o ato de seguir as normas estabelecidas em determinado setor. No caso do setor eleitoral, as normas a serem seguidas seriam a Constituição Federal de 1988, a Lei nº 9.504/97, a Resolução nº 23.610/2019, do TSE.

Em termos de efeito, por sua vez, o *compliance* seria equivalente às tutelas inibitórias. À uma, devido à sua incidência sobretudo preventiva e, além disso, *interna corporis*. Inclusive, sobretudo em decorrência desta segunda característica, evitam-se riscos de restar caracterizada censura por parte do Judiciário.

A duas porque as tutelas inibitórias, conforme Marinoni (2019, p. 8) adquiriram, contemporaneamente, um caráter comissivo, porquanto o ilícito que atrai a sua possibilidade de concessão não apenas pode restar demonstrado através de uma ação, mas também de uma omissão. Explica-se.

De início, veja-se que, conforme já positivado nos artigos 186 e 187 do Código Civil (BRASIL, 2002), um ilícito decorre de ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência que acarrete dano a alguém. Igualmente, comete ilícito o titular de um direito que, no exercício deste, excede os limites impostos pelos fins econômico ou social, bem assim a boa-fé ou os bons costumes.

Ora, se até mesmo no exercício regular de um direito, a exemplo do direito à propaganda eleitoral, já trabalhado, é possível o cometimento de atos ilícitos, conforme já demonstrado, deve incidir a atuação do Judiciário, até porque, nos termos do art. 5º, XXXV, CRFB/88 (BRASIL, 1988).

Outrossim, conforme já se viu ao longo da dissertação, o direito à privacidade e a proteção de dados, por ser um direito fundamental, exige máxima proteção, a qual é alcançada por meio de instrumentos de transparência que informem aos titulares de dados o que é efetivamente feito com seus dados pessoais.

Dessa forma, parece razoável que, no âmbito eleitoral, onde o futuro político da localidade está sendo decidido, na ausência dos instrumentos de transparência, seja factível o requerimento de uma tutela inibitória, considerando o ilícito omissivo de não transparência, impondo uma obrigação de fazer para construção de *data mapping* ou auditoria de algoritmo utilizado em mineração de dados.

Vale acrescentar, por fim, em termos de descoberta de uso de algoritmos de neuromarketing, que se pode recorrer aos canais de transparência da justiça eleitoral. Explica-se. Considerando que os direitos à privacidade e a proteção de dados são direitos fundamentais, houve a constitucionalização também dos mecanismos de denúncia por parte dos titulares previstos na legislação infraconstitucional, nomeadamente a Lei Geral de Proteção de Dados, mas também o Marco Civil da Internet.

Assim, no entendimento deste autor, tornou-se possível o registro de denúncias na Justiça Eleitoral pelo recebimento de propaganda eleitoral indesejada, tanto eletrônica quanto física. Assim, caso seja observado o número crescente de denúncias sobre recebimento de material de campanha indesejado, tanto na Justiça Eleitoral, quanto na Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), cabe à Justiça intimar o partido ou coligação responsável com vistas a prestar esclarecimentos sobre sua estratégia de marketing.

Por fim, vale justificar brevemente o porquê da necessidade de exigir estratégias de *compliance* eleitoral digital aos partidos não constituir censura. Para isso, será feita uma análise constitucional, a qual não foi feita no Tópico 1, porquanto apenas no presente Tópico foi apresentada a solução proposta para o problema de pesquisa enfrentado. Há, portanto, maior pertinência temática.

A censura é, nos termos do art. 220, § 2º, CRFB/88 (BRASIL, 1988), expressamente vedada no Brasil. Segundo Sarmento (2013), ela possui duas concepções, uma mais restrita, proibida nacionalmente, e outra em sentido *lato*, essa sim permitida em algumas situações.

Na concepção mais restrita, que não pode ser relativizada, a censura consiste na restrição prévia à liberdade de expressão por meio de autoridades administrativas, enquanto na interpretação mais aberta, a censura pode ser exercida por meio do controle posterior, por autoridades administrativas ou judiciais das liberdades comunicativas para impedir divulgação de determinadas ideias.

Vale destacar, mais ainda, o voto condutor do Ministro Gilmar Mendes no Recurso Extraordinário (RE) nº 511.961/SP, no qual consignou que as limitações à liberdade de expressão são admissíveis desde que visem à promoção de valores constitucionais relevantes e estejam dentro da proporcionalidade.

In casu, aplicando à pergunta de pesquisa da dissertação, tem-se que seria possível a aplicação da exigência de programa de *compliance* eleitoral digital, tendo em vista que o valor último tutelado por referida exigência legal seria a liberdade de sufrágio, que como já trabalhado, está intimamente relacionada à cidadania e ao pluralismo político, fundamentos republicanos. Mais ainda, relaciona-se também aos direitos ao voto, à privacidade e à proteção de dados, direitos fundamentais igualmente já trabalhados.

Vale consignar, ainda, que a imposição de um programa de *compliance* eleitoral intrapartidário ou, menos desejável, o uso de tutelas de remoção do ilícito, não seria de todo estranho na arena de debate político. Isso considerando o recente caso protagonizado por Bruno Aiub e Kim Kataguiri em um *podcast*.

Em determinado momento do debate acerca da liberdade de expressão, o primeiro manifestou-se favoravelmente à existência de um partido nazista "reconhecido pela lei" no Brasil ao argumento de que todos tem o direito de pensar e manifestar o que quiserem, inclusive ser "antijudeu".

Quanto a Kim Kataguiri, muito embora tenha se retratado posteriormente, apresentando vários adjetivos negativos quando emitiu seu entendimento, o deputado defendeu o direito das pessoas de expressarem ideias nazifascistas, sob o fundamento de que, uma vez expostas, tais ideias seriam combatidas naturalmente.

Além de levantar uma discussão, secundária considerando à pergunta de pesquisa desta dissertação, sobre a responsabilidade civil das personalidades públicas, a justa condenação e represália dos antigos patrocinadores e parceiros do programa, além de pessoas do meio político e acadêmico, fornecem ao menos indícios que um setor da população brasileira não seria de todo contrária à exigência de um programa de *compliance* eleitoral ou ao uso de tutelas de remoção do ilícito em campanhas eleitorais.

Até porque, muito embora os aplicadores do direito não se pautem exclusivamente pela opinião popular, os legisladores, que agem, ao menos em tese, em nome do povo, veriam, senão o anseio popular na proteção quanto às influências recebidas, ao menos a vantagem política em se debater tal temática.

5. TUTELAS SUBNACIONAIS NA PRESERVAÇÃO DA LIBERDADE DE SUFRÁGIO.

No primeiro tópico desta dissertação, foram trabalhados os elementos da problemática que instigou a presente pesquisa, qual seja, o neuromarketing e a neuropolítica, com o objetivo de analisar o neuromarketing eleitoral; um de seus produtos, a neuropolítica; as ferramentas de instrumentalização do neuromarketing eleitoral, *in casu*, a mineração de dados, algoritmos, bots e jingles; como o neuromarketing subverte a escolha racional nas eleições; e, por derradeiro, o impacto dessas técnicas na seara eleitoral, momento em que foi feita uma pesquisa empírica nas bases de dados do TSE e dos TRE's, operacionalizada por meio de 10 termos-chave e cujas principais conclusões encontram-se no tópico 1.4 e no apêndice da dissertação.

No segundo tópico, foram trabalhados os direitos constitucionais relevantes à resposta da pergunta de pesquisa, quais sejam, os direitos fundamentais à: cidadania, em uma concepção imersa na contemporaneidade; à privacidade; ao sigilo do voto; e à liberdade de sufrágio enquanto escolha política racional.

O terceiro tópico foi reservado à pesquisa das normativas infraconstitucionais pertinentes, quais sejam, as Leis nº 13.709/2018 e 9.504/97 e a Resolução do TSE nº 23.610/2019. Na análise da LGPD, foram pesquisados os conceitos de autodeterminação informativa e livre desenvolvimento da personalidade.

Na parte eleitoral do tópico, foram analisados, conjuntamente, a Lei nº 9504/97 e a Resolução/TSE 23.610/2019.

No quarto tópico, foram apresentadas diretrizes de regulamentação e instrumentalização do neuromarketing à luz dos direitos políticos fundamentais, com vistas a tentar harmonizar as tentativas de

No presente tópico, por sua vez, será feita uma análise acerca da possibilidade de se tutelar, a nível subnacional, a liberdade de sufrágio, analisando, tendo em vista não ser essa a problemática central desta dissertação, a repartição federal de competências operacionalizada pela Constituição Federal de 1988.

De início, observa-se que, nos termos do art. 22, I, CRFB/88 (BRASIL, 1988), é competência privativa da União legislar sobre direito eleitoral. A princípio, isso deveria ser suficiente para encerrar discussões acerca da possibilidade de se tutelar, a nível subnacional, a liberdade de sufrágio, haja vista sua relação com o direito eleitoral.

Contudo, o art. 23, I, CRFB/88 (BRASIL, 1988) estabelece que é competência comum da União, Estados, Distrito Federal e Municípios, entre outros, zelar pela guarda da Constituição Federal e das instituições democráticas.

Seria de se argumentar que o artigo 23 da Magna Carta de 1988 trata apenas de competências administrativas, razão pela qual não seria fundamento hábil a embasar eventual competência legislativa dos entes subnacionais para tutelar a liberdade de sufrágio. Contudo, como se verá, referido argumento não deve prosperar.

De início, veja-se que um dos fundamentos da República brasileira (*vide* art. 1º, II, CRFB/88, BRASIL, 1988), enquanto Estado Democrático de Direito, consiste em fomentar a cidadania, haja vista que esta última é fundamento de validade da construção do arcabouço jurídico nacional.

A cidadania, por sua vez, em sua dimensão ativa, passa pelo exercício do voto, instrumento direto de escolha política e intervenção, ainda que indireta, na elaboração das leis, por meio do direcionamento ideológico dos candidatos eleitos. Assim, toda a aplicação do ordenamento jurídico deve ser direcionada para a concretização da cidadania.

Outrossim, supera-se o argumento da separação estrita entre competências administrativas e legislativas, quando se considera o voto divergente do Ministro Edson Fachin no Agravo Regimental na Suspensão de Tutela Provisória nº 173 (STP 173 Ag.R.).

No caso em análise, o STF formou maioria no sentido de ser inviável ao Estado-membro a instalação de barreiras sanitárias em áreas de aeroporto (sob administração da federal), mesmo que ao argumento de combate à pandemia.

Em seu voto, o Ministro Edson Fachin, porém, embasado em precedentes (ADPF 672 e ADI 6341) da Corte e, no caso em concreto, no art. 23, II, CRFB/88 (BRASIL, 1988) entendeu que não há um monopólio federativo nas ações de combate à pandemia e que, mantida a competência geral da União, é lícito aos demais entes federativos cooperarem na efetivação do direito à saúde.

Em raciocínio análogo, tendo em vista a fundamentalidade do exercício do voto para a manutenção do Estado Democrático de Direito brasileiro, haja vista seu papel na validação da soberania popular e produção legislativa estatal, é possível aos entes subnacionais, respeitadas as normas gerais da União, regular localmente, sobretudo caso acrescentem ao arcabouço federal proibições alinhadas à legislação federal e que reflitam particularismos regionais.

Vale consignar, igualmente, que, partindo-se da perspectiva sociológica clássica, uma instituição pode ser compreendida como as organizações e, consequentemente, estruturas

sociais e, no caso, jurídicas que promovem, através de regras e/ou hábitos, a coesão social em torno de um projeto comum.

Instituições democráticas, por sua vez, podem ser compreendidas como o conjunto de garantias, direitos e órgãos que promovem a manutenção do Estado Democrático de Direito no qual o Brasil constitui-se, nos termos do art. 1º, *caput*, CRFB/88 (BRASIL, 1988).

O voto, de seu turno, como anteriormente suscitado, consiste no instrumento por meio do qual o detentor original do poder político, *in casu*, o povo (especificamente, aqueles indivíduos que atendam os requisitos constitucionais para exercer o voto) validam e alternam os ocupantes dos cargos eletivos.

Ora, se o voto é o meio pelo qual há a validação e alternância de poder e, por consequência, a manutenção do regime democrático, o próprio voto torna-se uma instituição democrática. Dessa forma, recai no escopo da competência comum do art. 23, I, CRFB/88 (BRASIL, 1988), passando a ser um dever dos Estados, Distrito Federal e Municípios legislar no sentido de conformar a prática do neuromarketing.

Veja-se, mais ainda, que não assiste razão eventual argumento de que o neuromarketing teria conteúdo predominantemente comercial, em razão de sua origem e estratégias mercadológicas, razão pela qual recairia na previsão do art. 22, XXIX, CRFB/88 (BRASIL, 1988) e seria competência privativa da União legislar sobre o assunto.

O argumento acima mencionado, porém, carece, na visão deste autor, de fundamento, na medida em que, mesmo fazendo uso de estratégias mercadológicas, essas consistem em instrumento para consecução do objetivo de convencimento do eleitor, para captação de seu voto. Dessa forma, o objeto último a ser protegido persiste sendo de competência comum.

Poder-se-ia levantar, ainda, o argumento de que, por se utilizarem de dados pessoais para obtenção de conhecimento e viabilização do neuromarketing eleitoral, a competência seria privativa da União, com espeque no art. 22, XXX, CRFB/88 (BRASIL, 1988). Entretanto, referida fundamentação também não merece acolhida, tendo em vista o princípio do federalismo cooperativo.

Representado na Constituição Federal de 1988 pela atribuição de competências legislativas comuns, concorrentes e privativas, o constituinte originário positivou o federalismo cooperativo, caracterizado pela descentralização de competências e, consoante

Nesse contexto, assumiu o compromisso político de que os entes federativos colaborariam para a realização dos direitos fundamentais, os quais, uma vez positivados, também assumem a feição de compromisso político. Tendo em vista que a proteção aos dados

pessoais, inclusive em meios digitais, é um direito fundamental (vide art. 5º, LXXIX, CRFB/88; BRASIL, 1988), passa a ser um compromisso também dos Estados-membros atuar na consecução dos direitos fundamentais.

Dessa forma, não há impedimento para que os Estados-membros e municípios legislem na proteção da liberdade de sufrágio do eleitor. Até porque o art. 23, I, CRFB/88 (BRASIL, 1988) também coloca como competência comum a guarda da Constituição Federal.

Por conseguinte, se, como visto, as cláusulas pétreas constituem a essência da Constituição Federal de 1988 e entre essas está a garantia do voto direto, secreto, universal, periódico, e, conforme também já colocado, livre, é um dever dos entes subnacionais garantir, através de legislações locais, que assegurem a liberdade de sufrágio, sobretudo quando é impossível à União conhecer as particularidades locais e os principais obstáculos ao exercício do voto livre.

Lado outro, vale consignar que, nos termos do art. 23, parágrafo único, CRFB/88 (BRASIL, 1988), leis complementares fixarão normas de cooperação entre a União, Estados, Distrito Federal e Municípios com vistas ao equilíbrio do desenvolvimento e ao bem-estar nacionais.

Acerca da referida legislação complementar, Almeida (2013, pp. 750-751) coloca que ela deve ser de competência da União. Indo além do posicionamento da autora e tendo em vista que ela própria consignou (ALMEIDA, 2013, p. 747), que as competências comuns visam atender demandas de interesse público, com elevado alcance social (a exemplo da temática aqui pesquisada, que envolve a legitimação da manifestação da soberania popular), é necessário, na visão deste autor, que a União não apenas se limite a estabelecer a forma de cooperação, mas também normas que assegurem padrões mínimos a serem observados pelos entes públicos subnacionais na garantia da liberdade de sufrágio.

Por sua vez, caso esses padrões estabelecidos venham a conflitar com o fixado nas normas estaduais, referidos conflitos deverão ser resolvidos no Judiciário privilegiando a norma que mais resguarde a proteção de dados pessoais, tendo em vista que, como já anteriormente destacado, é a partir dos dados pessoais que é construído o conhecimento necessário à prática do neuromarketing.

Seria até mesmo de se cogitar, caso as legislações da União sejam excessivamente permissivas à manipulação de dados pessoais e permitam direcionamento de campanhas eleitorais, que os entes subnacionais desenvolvam legislações nesses casos específicos, em que

há matéria eleitoral e de proteção de dados pessoais justamente com espeque no art. 23, I, CRFB/88 (BRASIL, 1988).

Haveria, na hipótese descrita no parágrafo anterior, o denominado federalismo não cooperativo, o qual pode ser entendido, a partir de Bulman-Pozen e Gerken (2009, pp. 1258-1259), como o ato dos entes subnacionais de deixar de implementar determinada normativa federal considerada inconstitucional, por exemplo.

Pelo exposto, pode-se aduzir que, no tocante ao arranjo constitucional de divisão de competências, é possível aos entes subnacionais legislarem localmente com vistas à proteção da liberdade de sufrágio, tendo em vista o autorizativo do art. 23, I, CRFB/88 (BRASIL, 1988).

A União, por sua vez, seria responsável pela elaboração das normas que permitiriam a cooperação entre os entes federativos e estabeleceria padrões gerais a serem observados pelos Estados e municípios se assegurarem padrões mais elevados de proteção de dados e, por consequência, mais restritos ao neuromarketing.

6. CONCLUSÕES.

A presente dissertação teve por objetivo geral pesquisar sobre o *neuromarketing* eleitoral no contexto dos direitos políticos, especificamente, o direito ao voto e um de seus requisitos de exercício, qual seja, a liberdade de sufrágio. Objetivou-se, por meio desta pesquisa, responder a seguinte pergunta: o *neuromarketing* eleitoral viola a liberdade de sufrágio? Para tanto, elaborou-se a hipótese de que o *neuromarketing* viola a liberdade de sufrágio na medida em que influencia indevidamente na formação do convencimento político do eleitorado.

Para testar a hipótese de pesquisa acima mencionada, empreendeu-se a uma análise da constitucionalidade e da legalidade do uso dessa técnica por meio das metodologias dogmática, teórica e empírica, utilizando-se, igualmente, dos métodos hipotético-dedutivo e dialético.

De início, apresentou-se a problemática que instigou o desenvolvimento desta pesquisa, qual seja, o neuromarketing e seu fenômeno associado, a neuropolítica. Para isso, principiou-se pela apresentação da neuropolítica como produto da economia de dados e do neuromarketing.

A relação do neuromarketing com a economia de dados decorre, como visto, da dependência do primeiro em relação ao segundo para obter informações que alimentem os algoritmos voltados à produção de conhecimento (a informação útil a algum propósito) e, assim, ao direcionamento das campanhas eleitorais, permitindo, ao menos a nível teórico, uma maior precisão nas tentativas de convencimento eleitoral.

Ainda no primeiro tópico, constatou-se que uma das estratégias previstas em teoria como úteis ao maior convencimento eleitoral (uso de textos curtos e celebridades endossando a candidatura), já foi utilizada em eleições anteriores, tendo a primeira sido mais utilizada pelo candidato à direita do espectro político e a segunda pela candidata à esquerda.

A economia de dados, como visto, também está associada ao capitalismo de vigilância, o qual proporciona o desenvolvimento de identidades online, que, em certa medida, refletem as características do indivíduo e permitem que sejam feitas deduções, favorecendo o enriquecimento do material informativo acerca do indivíduo.

No processo de produção de conhecimento, por sua vez, são utilizadas diversas ferramentas, algumas das quais foram tratadas no subtópico 1.2 desta dissertação, citem-se: mineração de dados, bots, algoritmos e jingles.

Ao final do referido subtópico, por sua vez, concluiu-se que os *bots* são sequências de instruções computacionais capazes de emular o comportamento humano e que, se empregadas no contexto eleitoral, podem influenciar a decisão eleitoral do indivíduo.

Para operacionalização do uso de bots, de seu turno, viu-se ser necessário o recurso à mineração de dados, conceituada como o procedimento de obtenção de conhecimento em determinada base de dados. Para obtenção do conhecimento, empregam-se sequências de instruções computacionais, os algoritmos.

Uma vez obtido o conhecimento a partir dos dados minerados pelos algoritmos, utiliza-se deste para a construção de jingles, os quais podem ser entendidos como melodias com letras que se repetem e que são capazes de transmitir mensagens subliminares, ou seja, que atuam abaixo do limiar da consciência, relacionadas à aprovação ou desaprovação de determinado candidato.

Ainda no primeiro tópico, investigou-se a escolha racional e sua subversão pelo neuromarketing. Principiou-se conceituando a escolha racional como as decisões tomadas pelos indivíduos quando, diante de diversas ações possíveis, escolhem com vistas à obtenção do melhor resultado possível com base nas evidências disponíveis.

Tendo em vista, porém, o conhecimento obtido a partir da mineração de dados já trabalhada, o eleitorado pode passar a ser alimentado, de forma direcionada, por exemplo, por *fake news* ou mesmo notícias verídicas, porém selecionadas, que, se massivamente direcionadas, podem provocar no eleitorado, na ausência de maior pesquisa por parte deste, da formação de uma "realidade" na qual o cidadão baseia-se para tomar sua decisão eleitoral. Viu-se, assim, que há um enviesamento da escolha racional do eleitor através do neuromarketing.

O tópico 1.4, por sua vez, foi dedicado à pesquisa empírica de 10 termos associados, direta ou indiretamente, à temática do neuromarketing. Ao final da referida busca, constatou-se, em primeiro lugar, que a pesquisa específica pelos termos "neuromarketing", "bots", "liberdade de convencimento", "escolha racional" e telemarketing não apresentaram resultados.

Isso, contudo, não indica que referida temática não tenha sido tratada pelos TRE's ou pelo TSE, apenas que os magistrados possivelmente não conheçam, em profundidade, referida temática e seus fenômenos correlatos (com a ciência política ou as ciências da computação), algo novo tendo em vista as proporções tomadas pelas novas tecnologias apontadas nesta dissertação.

Contudo, tendo em vista os demais termos pesquisados e com resultados positivos (jingles, impulsionamentos, "mensagens eletrônicas", "liberdade de sufrágio", "manipulação

da vontade" e "pedido explícito de voto"), associados à temática do neuromarketing, observou-se que os tribunais, ao menos indiretamente, trataram do tema e já foi possível, a partir de seus julgados, obter parâmetros indicativos de áreas passíveis de serem legisladas.

Acerca da pesquisa operacionalizada pelo termo "jingles", constatou-se que um dos elementos a serem preservados é a espontaneidade da manifestação eleitoral, a qual os jingles podem consistir em indício de ausência e/ou elemento colaborador da retirada da espontaneidade.

Dito de outro modo, os *jingles* podem apontar indícios da ausência de espontaneidade, se, por exemplo, entoados logo após convenção partidária. Entretanto, da perspectiva deste autor, os *jingles* seriam, em maior grau, elementos de retirada da espontaneidade da manifestação eleitoral.

Isso porque, como visto no tópico 1.2, os *jingles*, por serem melodias curtas e repetitivas, acabam sendo facilmente memorizáveis e, se massivamente direcionadas para eleitores indecisos, podem influenciar na formação de seu convencimento eleitoral.

Na pesquisa pelo termo "impulsionamento", na Tabela 7, constatou-se que, além da liberdade de sufrágio, outro bem tutelado pela regulação da liberdade de sufrágio na internet é a isonomia no pleito eleitoral. Isonomia essa que pode ser prejudicada caso haja o impulsionamento de propaganda eleitoral negativa, o que é vedado. Assim, percebeu-se que outro campo passível de ser regulado seriam as vedações de conteúdo à propaganda eleitoral.

Isso por sua vez, não consistiria em censura, pois esta é caracterizada, como já trabalhado anteriormente, como o controle prévio e irrestrito, por autoridade administrativa ou judicial, do conteúdo, no caso, das postagens. Ao revés, no que é aqui proposto tem-se que a liberdade das equipes de marketing dos candidatos eleitorais seria preservada, pois poderiam veicular tudo que não fosse prejudicar a isonomia, o que, por sua vez, seria apontado pelos órgãos competentes.

Observou-se, também, que um tópico a ser regulado são os elementos identificadores obrigatórios, tendo em vista que, já nas propagandas eleitorais, já é obrigatória a presença do CNPJ do partido e da expressão "propaganda eleitoral". Nesse sentido, é de se pensar acerca da possibilidade de indicar, nas mensagens prévias ao início da propaganda eleitoral, a indicação da presença de elementos subliminares.

Em relação à pesquisa com a expressão "mensagens eletrônicas" (Tabela 5) foi observada, primeiramente, a necessidade de comunicação dos meios eletrônicos utilizados na propaganda eleitoral. Especificamente, constatou-se a presença de julgados em que foi

penalizada a ausência da comunicação do perfil de Instagram de candidato utilizado para realizar propaganda eleitoral. Assim, seria necessária uma regulação acerca do uso das diferentes ferramentas do neuromarketing nos diferentes contextos e, sobretudo, compartilhamento, com a Justiça Eleitoral das técnicas empregadas.

Igualmente, cumpre aos órgãos eleitorais elaborar regulações diferenciando imputações jurídicas negativas de imputações factuais negativas. Explica-se. A partir do posicionamento externado na Tabela 5 do Apêndice, é vedado veicular propaganda eleitoral baseada em imputações penais as quais não transitaram em julgado ou totalmente desprovidas de lastro probatório.

Contudo, este autor entende que, sob pena de censura, é possível a veiculação de documentos que atestem fatos, mesmo que esses fatos sejam desabonadores à imagem de determinado político. Isso porque as consequências jurídicas do fato, mesmo que inexistentes, não tornam o fato em si inexistente.

Assim, não é vedado a partido político fazer uso, por exemplo, de conclusões finais de Comissões Parlamentares de Inquérito indicando contradições entre as datas defendidas por um candidato e as que factualmente foram apuradas.

Na pesquisa por meio da expressão "liberdade de sufrágio", foram obtidos 3 acórdãos. Porém os dois acórdãos pertinentes tratavam da preservação da autonomia do eleitor por meio da ausência de coação ou de vantagens a serem entregues aos eleitores.

Na busca operacionalizada pela expressão "manipulação da vontade", foram obtidos 3 julgados, sendo apenas um pertinente e no qual restou consignado que não é vedado a candidatos, em suas redes sociais particulares, divulgarem atos de sua gestão, desde que não se utilizem da estrutura pública local para instrumentalizar essa divulgação.

No campo do neuromarketing, por sua vez, tem-se que seria necessário legislar sobre em que consistiria tal uso da máquina pública, eventuais restrições ao uso de recursos financeiros e humanos locais, entre outros. Mais ainda, consigne-se que, à semelhança do já apontado acerca da veiculação de fatos, ainda que desabonadores acerca do candidato, é possível a um candidato destacar os seus feitos quando estava à frente do governo.

Por fim, na pesquisa realizada pela expressão-chave "pedido explícito de voto", constatou-se que o pedido explícito de voto pode ser caracterizado pelo uso de expressões semânticas indutoras conhecidas como "palavras mágicas" (verbos como "eleja", no modo imperativo), as quais, se empregadas em período vedado para propaganda eleitoral, constituem propaganda eleitoral extemporânea, pois incutem ideia equivalente a pedido explícito de voto.

Dessa forma, outro campo a ser objeto de legislação futura na área de neuromarketing seria a linguagem empregada quando associada a técnicas desse campo.

Outro campo que deve regulado é o ambiente em que circulada as propagandas eleitorais, pois, mesmo que possuam mensagens subliminares, se veiculadas dentro de grupo de aplicativo de comunicação privado, para o qual os indivíduos tenham entrado espontaneamente e não adicionados por números desconhecidos através de acesso a listas com números telefônicos, referida situação estará abrangida pela autonomia privada e liberdade de comunicação.

Faz jus à regulação, também, as situações em que o neuromarketing seria equivalente ao pedido de não voto, estando, porém, sempre atento, à liberdade de comunicar fatos documentados. Assim, a exposição de imagens de distribuição de cestas básicas através de programa social em comparação com imagens de desmatamento, sem mencionar qual imagem está associada a qual candidato, consiste em comunicação de fatos, não, propaganda eleitoral extemporânea. Igualmente, também não configura pedido de não voto, pois não é identificado candidato algum.

Em síntese, ao final do subtópico 1.4, constatou-se, primeiramente, que já há material jurisprudencial que serviria de base ou indicativo a legislações futuras, tendo em vista os fenômenos correlatos ao neuromarketing sobre os quais já existe posicionamento.

Mais ainda, foi possível perceber a relevância dada à liberdade de sufrágio, referida indiretamente como "espontaneidade de manifestação eleitoral" e implicitamente garantida no art. 60, CRFB/88 (BRASIL, 1988).

Outrossim, viu-se que devem ser objeto de regulação: os conteúdos vedados à veiculação por mensagem subliminar; a possível obrigatoriedade de elementos identificadores quando houver mensagens subliminares em propaganda eleitoral; e as diferentes ferramentas utilizáveis no neuromarketing, tendo em vista que, não apenas a linguagem, mas também a mineração de dados é empregada e apenas esse último é um gênero com diversas técnicas e níveis de acurácia distintos.

Mais ainda, é possível e até necessária uma regulação que distinga imputação jurídica negativa de imputação factual negativa, pois, nesse caso, está-se lidando, em última análise, com o direito à informação. Igualmente possível seria tratar da separação público e privado no uso da máquina pública em campanhas que envolvam o neuromarketing.

No tópico 2, por sua vez, foi analisado o núcleo constitucional desta dissertação, pesquisando-se sobre os direitos à cidadania, à privacidade, ao sigilo do voto e à liberdade de

sufrágio. Acerca do primeiro, concluiu-se que, contemporaneamente, o tradicional conceito de cidadania deve considerar, além da pluralidade de indivíduos, com vistas a favorecer diálogos democráticos entre esses, o fluxo informal que os cidadãos recebem, tendo em vista que esse quantitativo informacional formará o conjunto de evidências com bases nas quais os indivíduos farão suas intervenções eleitorais e políticas.

Quanto ao direito à privacidade, constatou-se que o seu elemento principal consiste no controle pelo cidadão, das informações recebidas e circulantes relativas à sua pessoa, as quais revelam aspectos da personalidade do indivíduo que podem permitir influências sobre suas decisões políticas ou eleitorais.

No tocante ao sigilo do voto, consignou-se, primeiramente, ser possível demandar legislação positiva pelo Estado no sentido de seu fortalecimento. Ademais, este direito consiste em limite material de reforma à Constituição, haja vista ser uma cláusula pétrea, constando, dessa forma, como um elemento essencial ao Estado brasileiro e seu caráter democrático.

Por fim, consignou-se que o voto é elemento de validação do poder exercido pelos detentores de mandato eletivo, razão pela qual a manutenção de seu sigilo assegura, em alguma parte, sua independência. Observe-se, porém, como igualmente posto na dissertação, não ser possível uma independência total, tendo em vista as constantes trocas e influências recebidas pelos indivíduos, sobretudo de instituições sociais.

Quanto à liberdade de sufrágio, analisada enquanto escolha racional, constatou-se, como consignado no item 2.4, que essa pode ser entendida como um estado de consciência em que o indivíduo se encontra no qual pode, com razoável independência, exercer suas escolhas eleitorais.

Nisto, foi fixada a diferença em relação ao direito ao sufrágio, compreendido como a prerrogativa de um indivíduo reconhecido como cidadão de comparecer à seção eleitoral e exercer o seu direito ao voto.

No Tópico 3, foi pesquisado o núcleo infraconstitucional da dissertação, construído com base nas Leis nº 13.709/2018 e 9.504/2019 e na Resolução do TSE nº 23.610/2019. Na LGPD, foram trabalhados, mais detidamente, os conceitos de autodeterminação informativa e livre desenvolvimento da personalidade, fundamentos da proteção de dados.

No que se refere à autodeterminação informativa, consignou-se que esta pode ser compreendida como a prerrogativa do titular de dados que lhe assegura o controle, quase absoluto, sobre a circulação de seus dados pessoais e sobre o fluxo informacional que recebe.

O controle, por sua vez, não é absoluto, pois pode haver o tratamento de dados pessoais para o desenvolvimento de políticas públicas ou em casos de predomínio de interesse público. Mesmo assim, referida exceção deve vir acompanhada de medidas de segurança e com previsão de período certo de tratamento.

Quanto ao livre desenvolvimento da personalidade, constatou-se que esta pode ser entendida, de uma perspectiva mais civilista, como a aptidão de um indivíduo para ser titular de direitos e obrigações. De outra banda, a personalidade também pode ser compreendida como o conjunto de atributos individuais merecedores de especial proteção jurídica.

Conformando ambas as definições, de seu turno, pode-se afirmar que o livre desenvolvimento da personalidade é o direito adquirido pelo indivíduo de ter sua personalidade e, entre as projeções externas desta, suas preferências políticas, protegidas de excessivas influências direcionadas voltadas a construir uma percepção fática específica e, por fim, um convencimento político também específico.

No subtópico 3.2, de seu turno, foi trabalhado o direito à propaganda eleitoral, fazendo constar que esse é um direito fundamental à consecução do pluralismo político, fundamento da República, na medida em que permite a difusão, através dos meios não vedados constitucional, legal ou regularmente, das propostas e ideias de determinado candidato.

Entretanto, no que se alinha à esta dissertação, o conteúdo veiculado por meio da propaganda eleitoral, nos termos da Resolução 23.610/2019, não pode criar estados mentais artificiais no eleitorado, o que, entretanto, não veda a circulação de críticas.

Por meio dessa diferenciação, como posto no subtópico 3.2, separou-se a crítica política, que envolve elemento de introjeção e raciocínio acerca das informações recebidas, da manifestação eleitoral algo previsível em função da propaganda eleitoral direcionada. Dessa forma, buscou-se restringir a influência indevida sobre o juízo político individual.

Em decorrência das incompatibilidades constitucionais e legais do neuromarketing, no modelo atualmente vigente, marcado, reiterando, pela coleta excessiva de dados pessoais e pelas violações à privacidade, à proteção de dados pessoais e à liberdade sufrágio, concluiu-se pela inconstitucionalidade de referida prática.

No tópico 4, contudo, apresentou-se um esboço de regulação do neuromarketing, indicando, sobretudo, áreas que devem ser reguladas com vistas a tornar a referida prática constitucional, a exemplo da linguagem vedada, tópicos que não podem ser veiculados e forma de expressão de conteúdo, por exemplo, ao invés de incutir na cabeça dos eleitores que o outro candidato é pior, deve-se veicular que a candidatura do indivíduo é melhor.

Ainda no tópico 4, foram avaliados dois instrumentos processuais passíveis de utilização para coibir práticas em propaganda eleitoral indevidas. No caso, analisou-se o uso das tutelas de remoção do ilícito e das tutelas inibitórias, ambas à luz do marco constitucional de vedação à censura.

Ao final da retromencionada avaliação, foi possível constatar que, das duas formas de tutela mencionadas, a tutela de remoção do ilícito é a mais constitucionalmente adequada, sendo possível, porém, utilizar tutelas inibitórias quando não houver tempo apto a proporcionar direito de resposta ao candidato afetado por propaganda irregular.

Consignou-se, porém, que, melhor do que o recurso às tutelas mencionadas seria a imposição, aos partidos políticos, da apresentação de programa de conformidade eleitoral, tendo em vista que, dessa forma, os partidos estariam agindo de forma preventiva, evitando lesões à isonomia eleitoral.

Por fim, no tópico devotado à pesquisa do emprego de tutelas subnacionais na preservação da liberdade de sufrágio, observou-se ser possível aos entes subnacionais, com arrimo no art. 23, I, CRFB/88 (BRASIL, 1988) legislarem com vistas à proteção da Constituição Federal e das instituições democráticas, entre as quais, o voto independente, tendo em vista o papel relevante deste na legitimação do poder político exercido pelos detentores de mandato eletivo.

Por tudo, e em uma resposta explícita à pergunta de pesquisa desta dissertação, conclui-se que o neuromarketing eleitoral, da forma como atualmente praticada, é inconstitucional e ilegal por violar a liberdade de sufrágio na forma de afronta aos pilares constitucionais e legais que sustentam esse fundamento democrático, quais sejam, os direitos à cidadania, à privacidade, à proteção de dados pessoais, ao sigilo do voto, à liberdade de sufrágio (a qual, como visto, diferencia-se do direito ao sufrágio), à autodeterminação informativa e ao livre desenvolvimento da personalidade, configurando, assim, um abuso do direito à propaganda eleitoral. Tem-se, assim, que a hipótese de pesquisa levantada na introdução foi confirmada.

Diante desse quadro, sugere-se, como próximo passo investigativo, já em nível doutoral, uma pesquisa qualitativa, dialogando fortemente com a ciência política, com base em grupo focal, por exemplo, testando as conclusões expostas nesta dissertação e averiguando, empiricamente, qual o real impacto da veiculação de propagandas eleitorais em desconformidade com os parâmetros regulatórios aqui sugeridos na formação ou na mudança da visão eleitoral dos indivíduos.

Lado outro, também se poderia, igualmente em nível doutoral, iniciar investigações acerca da temática dos *deep fakes*, buscando construir, aqui mais atrelado às ciências da computação, um algoritmo capaz de identificar discursos falsos e até mesmo vídeos falsos de candidatos políticos.

REFERÊNCIAS.

AGRA, W. de M. Comentários ao artigo 1º, II. *In*: CANOTILHO, J. J. G.; MENDES, G. F.; SARLET, I. W.; STRECK, Lenio Luis (**Orgs.**). **Comentários à Constituição do Brasil**. São Paulo: Saraiva/Almedina, 2013, p. 118-121.

ALEMANHA. Tribunal Constitucional Federal (Primeira Turma). Reclamações constitucionais nº 209/83, 269/83, 362/83, 420/83, 440/83 e 484/83. Lei do censo de 1983. Data do julgamento: 15 de dezembro de 1983. Disponível em: https://www.bundesverfassungsgericht.de/SharedDocs/Entscheidungen/DE/1983/12/rs19831215_1bvr020983.html. Acesso em: 08 dez. 2021.

ALMEIDA, F. D. M. de. Comentários ao artigo 23, *caput*. *In*: CANOTILHO, J. J. G.; MENDES, G. F.; SARLET, I. W.; STRECK, Lenio Luis (**Orgs.**). **Comentários à Constituição do Brasil**. São Paulo: Saraiva/Almedina, 2013, p. 747.

ALMEIDA, F. D. M. de. Comentários ao artigo 23, parágrafo único. *In*: CANOTILHO, J. J. G.; MENDES, G. F.; SARLET, I. W.; STRECK, Lenio Luis (**Orgs.**). **Comentários à Constituição do Brasil**. São Paulo: Saraiva/Almedina, 2013, p. 750-751.

ANDERSON, J.; RAINIE, L. Code dependent: pros and cons of the algorithm age. *In*: **Pew Research Center Report**. Disponível em: https://www.pewresearch.org/internet/2017/02/08/code-dependent-pros-and-cons-of-the-algorithm-age/. Acesso em: 18 fev. 2022.

ARAL, S.; ROY, D.; VOSOUGHI, S. The spread of true and false news online. **Science**, Nova York, v. 359 n. 6380, pp. 1146–1151. DOI:10.1126/science.aap9559. Disponível em: https://www.science.org/doi/10.1126/science.aap9559. Acesso em: 26 mar. 2022.

ARENHART, S. C.; MARINONI, L. G.; MITIDIERO, D. Comentários ao artigo 497. *In*: ARENHART, S. C.; MARINONI, L. G.; MITIDIERO, D. **Código de Processo Civil Comentado**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021, p. 424-426 [livro eletrônico].

BARROSO, L. R. **Curso de direito constitucional contemporâneo**: os conceitos fundamentais e a construção do novo modelo. São Paulo: Saraiva, 2015.

BASAN, A. P. A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais e a tutela dos direitos fundamentais nas relações privadas. **Revista Jurídica Eletrônica da UFPI**, v. 8, n. 1, p. 9-36, 2021.

BASTOS, C. R. **Curso de direito constitucional**. São Paulo: Saraiva, 1999.

BONAVIDES, P. **Curso de direito constitucional**. São Paulo: Malheiros, 2012.

BRANDÃO, R.; SARLET, I. W. Comentários ao artigo 60. *In*: CANOTILHO, J. J. G.; MENDES, G. F.; _____; STRECK, L. L. (**Orgs.**). **Comentários à Constituição do Brasil**. São Paulo: Saraiva/Almedina, 2013, p. 1124-1138.

BRANDEIS, L; WARREN, S. The right to privacy. **Harvard Law Review**, n. 5, vol. 4, dez. 1890. Disponível em: https://groups.csail.mit.edu/mac/classes/6.805/articles/privacy/Privacy_brand_warr2.html. Acesso em: 07 dez. 2021.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm. Acesso em: 10 nov. 2020.

BRASIL. **Decreto nº 592, de 6 de julho de 1992**. Atos Internacionais. Pacto Internacional sobre Direitos Civis e Políticos. Promulgação. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1990-1994/D0592.htm. Acesso em: 27 nov. 2021.

BRASIL. **Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965**. Dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda e dá outras providências. Brasília: DF, Presidência da República. Disponível: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4680.htm. Acesso em: 21 dez. 2020.

BRASIL. **Lei nº 4.717, de 15 de julho de 1965**. Institui o Código Eleitoral. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L4737compilado.htm. Acesso em: 03 jan. 2022.

BRASIL. **Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997**. Estabelece normas para as eleições. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9504.htm. Acesso em: 21 dez. 2020.

BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406compilada.htm. Acesso em: 23 dez. 2021.

BRASIL. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014**. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 05 dez. 2021.

BRASIL. **Lei nº 13.105, de 16 de março de 2015**. Código de Processo Civil. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13105.htm. Acesso em: 20 fev. 2022.

BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm. Acesso em: 21 dez. 2020.

BRASIL. **Resolução nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019**. Brasília, DF: Tribunal Superior Eleitoral. Dispõe sobre propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito e condutas ilícitas em campanha eleitoral. Disponível em: https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-de-dezembro-de-2019. Acesso em: 12 dez. 2021.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal (Plenário). EMENTA: Agravo regimental na suspensão de tutela provisória. Decisão em que se indeferiu o pleito suspensivo. Pretensão à instalação de barreiras sanitárias em aeroportos. Risco de lesão à ordem ou à saúde públicas não demonstrado. Agravo regimental não provido. 1. Em tempos de pandemia, os inevitáveis conflitos federativos decorrentes da adoção de providências tendentes a combatê-la devem ser equacionados pela tomada de medidas coordenadas e voltadas ao bem comum, sempre respeitada a competência constitucional de cada ente da federação para atuar dentro de sua área territorial e com vistas a resguardar sua necessária autonomia para assim proceder. 2. É inviável, assim, que, em aeroportos, sujeitos à administração da Infraero, possa o estado-membro implantar barreiras sanitárias dissociadas de ações coordenadas pela Anvisa. 3. Ausência de demonstração, ademais, do alegado risco de lesão à ordem administrativa estatal ou à saúde pública a fundamentar a pretendida concessão da medida de contracautela. 4. Agravo regimental não provido. Relator: Min. Dias Toffoli, 8 de setembro de 2020. Disponível em: https://portal.stf.jus.br/processos/detalhe.asp?incidente=5883702. Acesso em: 01 dez. 2022.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal (Plenário). EMENTA: MEDIDA CAUTELAR EM AÇÃO DIRETA DE INCONSTITUCIONALIDADE. REFERENDO. MEDIDA PROVISÓRIA Nº 954/2020. EMERGÊNCIA DE SAÚDE PÚBLICA DE IMPORTÂNCIA INTERNACIONAL DECORRENTE DO NOVO CORONAVÍRUS (COVID-19). COMPARTILHAMENTO DE DADOS DOS USUÁRIOS DO SERVIÇO TELEFÔNICO FIXO COMUTADO E DO SERVIÇO MÓVEL PESSOAL, PELAS EMPRESAS PRESTADORAS, COM O INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. FUMUS BONI JURIS. PERICULUM IN MORA. DEFERIMENTO. 1. Decorrências dos direitos da personalidade, o respeito à privacidade e à autodeterminação informativa foram positivados, no art. 2º, I e II, da Lei nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais), como fundamentos específicos da disciplina da proteção de dados pessoais. 2. Na medida em que relacionados à identificação – efetiva ou potencial – de pessoa natural, o tratamento e a manipulação de dados pessoais hão de observar os limites delineados pelo âmbito de proteção das cláusulas constitucionais assecuratórias da liberdade individual (art. 5º, caput), da privacidade e do livre desenvolvimento da personalidade (art. 5º, X e XII), sob pena de lesão a esses direitos. O compartilhamento, com ente público, de dados pessoais custodiados por concessionária de serviço público há de assegurar mecanismos de proteção e segurança desses dados. 3. O Regulamento Sanitário Internacional (RSI 2005) adotado no âmbito da Organização Mundial de Saúde exige, quando essencial o tratamento de dados pessoais para a avaliação e o manejo de um risco para a saúde pública, a garantia de que os dados pessoais manipulados sejam "adequados, relevantes e não excessivos em relação a esse propósito" e "conservados apenas pelo tempo necessário." (artigo 45, § 2º, alíneas "b" e "d"). 4. Consideradas a necessidade, a adequação e a proporcionalidade da medida, não emerge da Medida Provisória nº 954/2020, nos moldes em que editada, interesse público legítimo no compartilhamento dos dados pessoais dos usuários dos serviços de telefonia. 5. Ao não definir apropriadamente como e para que serão utilizados os dados coletados, a MP nº 954/2020 desatende a garantia do devido processo legal (art. 5º, LIV, da CF), na dimensão substantiva, por não oferecer condições de avaliação quanto à sua adequação e necessidade, assim entendidas como a compatibilidade do tratamento com as finalidades informadas e sua limitação ao mínimo necessário para alcançar

suas finalidades. 6. Ao não apresentar mecanismo técnico ou administrativo apto a proteger, de acessos não autorizados, vazamentos acidentais ou utilização indevida, seja na transmissão, seja no tratamento, o sigilo, a higidez e, quando o caso, o anonimato dos dados pessoais compartilhados, a MP nº 954/2020 descumpre as exigências que exsurgem do texto constitucional no tocante à efetiva proteção dos direitos fundamentais dos brasileiros. 7. Mostra-se excessiva a conservação de dados pessoais coletados, pelo ente público, por trinta dias após a decretação do fim da situação de emergência de saúde pública, tempo manifestamente excedente ao estritamente necessário para o atendimento da sua finalidade declarada. 8. Agrava a ausência de garantias de tratamento adequado e seguro dos dados compartilhados a circunstância de que, embora aprovada, ainda não vigora a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei nº 13.709/2018), definidora dos critérios para a responsabilização dos agentes por eventuais danos ocorridos em virtude do tratamento de dados pessoais. O fragilizado ambiente protetivo impõe cuidadoso escrutínio sobre medidas como a implementada na MP nº 954/2020. 9. O cenário de urgência decorrente da crise sanitária deflagrada pela pandemia global da COVID-19 e a necessidade de formulação de políticas públicas que demandam dados específicos para o desenho dos diversos quadros de enfrentamento não podem ser invocadas como pretextos para justificar investidas visando ao enfraquecimento de direitos e atropelo de garantias fundamentais consagradas na Constituição. 10. Fumus boni juris e periculum in mora demonstrados. Deferimento da medida cautelar para suspender a eficácia da Medida Provisória nº 954/2020, a fim de prevenir danos irreparáveis à intimidade e ao sigilo da vida privada de mais de uma centena de milhão de usuários dos serviços de telefonia fixa e móvel. 11. Medida cautelar referendada. Relatora: Min. Rosa Weber, 7 de maio de 2020. Disponível em: https://portal.stf.jus.br/processos/downloadPeca.asp?id=15344949214&ext=.pdf. Acesso em: 07 dez. 2021.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal (Plenário). Recurso Extraordinário nº 511.961 de São Paulo. EMENTA: JORNALISMO. EXIGÊNCIA DE DIPLOMA DE CURSO SUPERIOR, REGISTRADO PELO MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, PARA O EXERCÍCIO DA PROFISSÃO DE JORNALISTA. LIBERDADES DE PROFISSÃO, DE EXPRESSÃO E DE INFORMAÇÃO. CONSTITUIÇÃO DE 1988 (ART. 5º, IX E XIII, E ART. 220, CAPUT E § 1º). NÃO RECEPÇÃO DO ART. 4º, INCISO V, DO DECRETO-LEI Nº 972, DE 1969. 1. RECURSOS EXTRAORDINÁRIOS. ART. 102, III, "A", DA CONSTITUIÇÃO. REQUISITOS PROCESSUAIS INTRÍNSECOS E EXTRÍNSECOS DE ADMISSIBILIDADE. Os recursos extraordinários foram tempestivamente interpostos e a matéria constitucional que deles é objeto foi amplamente debatida nas instâncias inferiores. Recebidos nesta Corte antes do marco temporal de 3 de maio de 2007 (AI-QO nº 664.567/RS, Rel. Min. Sepúlveda Pertence), os recursos extraordinários não se submetem ao regime da repercussão geral. 2. Legitimidade ativa do Ministério Público para propositura da Ação Civil Pública. O Supremo Tribunal Federal possui sólida jurisprudência sobre o cabimento da ação civil pública para proteção de interesses difusos e coletivos e a respectiva legitimação do Ministério Público para utilizá-la, nos termos dos arts. 127, caput, e 129, III, da Constituição Federal. No caso, a ação civil pública foi proposta pelo Ministério Público com o objetivo de proteger não apenas os interesses individuais homogêneos dos profissionais do jornalismo que atuam sem diploma, mas também os direitos fundamentais de toda a sociedade (interesses difusos) à plena liberdade de expressão e de informação. 3. Cabimento da Ação Civil Pública. A não-recepção do Decreto-Lei nº 972/1969 pela Constituição de 1988 constitui a causa de pedir da ação civil pública e não o seu pedido principal, o que está plenamente de acordo com a jurisprudência desta Corte. A controvérsia constitucional, portanto, constitui apenas questão prejudicial indispensável à solução do litígio, e não seu pedido único e principal.

Admissibilidade da utilização da ação civil pública como instrumento de fiscalização incidental de constitucionalidade. Precedentes do STF. 4. Âmbito de proteção da liberdade de exercício profissional (art. 5º, inciso XIII, da Constituição). Identificação das restrições e conformações legais constitucionalmente permitidas. Reserva legal qualificada. Proporcionalidade. A Constituição de 1988, ao assegurar a liberdade profissional (art. 5º, XIII), segue um modelo de reserva legal qualificada presente nas Constituições anteriores, as quais prescreviam à lei a definição das "condições de capacidade" como condicionantes para o exercício profissional. No âmbito do modelo de reserva legal qualificada presente na formulação do art. 5º, XIII, da Constituição de 1988, paira uma imanente questão constitucional quanto à razoabilidade e proporcionalidade das leis restritivas, especificamente, das leis que disciplinam as qualificações profissionais como condicionantes do livre exercício das profissões. Jurisprudência do Supremo Tribunal Federal: Representação n.º 930, Redator p/ o acórdão Ministro Rodrigues Alckmin, DJ, 2-9-1977. A reserva legal estabelecida pelo art. 5º, XIII, não confere ao legislador o poder de restringir o exercício da liberdade profissional a ponto de atingir o seu próprio núcleo essencial. 5. Jornalismo e liberdades de expressão e de informação. Intepretação do art. 5º, inciso XIII, em conjunto com os preceitos do art. 5º, incisos IV, IX, XIV, e do art. 220 da Constituição. O jornalismo é uma profissão diferenciada por sua estreita vinculação ao pleno exercício das liberdades de expressão e de informação. O jornalismo é a própria manifestação e difusão do pensamento e da informação de forma contínua, profissional e remunerada. Os jornalistas são aquelas pessoas que se dedicam profissionalmente ao exercício pleno da liberdade de expressão. O jornalismo e a liberdade de expressão, portanto, são atividades que estão imbricadas por sua própria natureza e não podem ser pensadas e tratadas de forma separada. Isso implica, logicamente, que a interpretação do art. 5º, inciso XIII, da Constituição, na hipótese da profissão de jornalista, se faça, impreterivelmente, em conjunto com os preceitos do art. 5º, incisos IV, IX, XIV, e do art. 220 da Constituição, que asseguram as liberdades de expressão, de informação e de comunicação em geral. 6. Diploma de curso superior como exigência para o exercício da profissão de jornalista. Restrição inconstitucional às liberdades de expressão e de informação. As liberdades de expressão e de informação e, especificamente, a liberdade de imprensa, somente podem ser restringidas pela lei em hipóteses excepcionais, sempre em razão da proteção de outros valores e interesses constitucionais igualmente relevantes, como os direitos à honra, à imagem, à privacidade e à personalidade em geral. Precedente do STF: ADPF nº 130, Rel. Min. Carlos Britto. A ordem constitucional apenas admite a definição legal das qualificações profissionais na hipótese em que sejam elas estabelecidas para proteger, efetivar e reforçar o exercício profissional das liberdades de expressão e de informação por parte dos jornalistas. Fora desse quadro, há patente inconstitucionalidade da lei. A exigência de diploma de curso superior para a prática do jornalismo - o qual, em sua essência, é o desenvolvimento profissional das liberdades de expressão e de informação - não está autorizada pela ordem constitucional, pois constitui uma restrição, um impedimento, uma verdadeira supressão do pleno, incondicionado e efetivo exercício da liberdade jornalística, expressamente proibido pelo art. 220, § 1º, da Constituição. 7. Profissão de jornalista. Acesso e exercício. Controle estatal vedado pela ordem constitucional. Proibição constitucional quanto à criação de Ordens ou Conselhos de Fiscalização Profissional. No campo da profissão de jornalista, não há espaço para a regulação estatal quanto às qualificações profissionais. O art. 5º, incisos IV, IX, XIV, e o art. 220, não autorizam o controle, por parte do Estado, quanto ao acesso e exercício da profissão de jornalista. Qualquer tipo de controle desse tipo, que interfira na liberdade profissional no momento do próprio acesso à atividade jornalística, configura, ao fim e ao cabo, controle prévio que, em verdade, caracteriza censura prévia das liberdades de expressão e de informação, expressamente vedada pelo art. 5º, inciso IX, da Constituição. A impossibilidade do estabelecimento de controles estatais sobre a profissão jornalística leva à conclusão de que não

pode o Estado criar uma ordem ou um conselho profissional (autarquia) para a fiscalização desse tipo de profissão. O exercício do poder de polícia do Estado é vedado nesse campo em que imperam as liberdades de expressão e de informação. Jurisprudência do STF: Representação nº 930, Redator p/ o acórdão Ministro Rodrigues Alckmin, DJ, 2-9-1977. 8. Jurisprudência da Corte interamericana de Direitos Humanos. Posição da Organização dos Estados Americanos - OEA. A Corte Interamericana de Direitos Humanos proferiu decisão no dia 13 de novembro de 1985, declarando que a obrigatoriedade do diploma universitário e da inscrição em ordem profissional para o exercício da profissão de jornalista viola o art. 13 da Convenção Americana de Direitos Humanos, que protege a liberdade de expressão em sentido amplo (caso "La colegiación obligatoria de periodistas" - Opinião Consultiva OC-5/85, de 13 de novembro de 1985). Também a Organização dos Estados Americanos - OEA, por meio da Comissão Interamericana de Direitos Humanos, entende que a exigência de diploma universitário em jornalismo, como condição obrigatória para o exercício dessa profissão, viola o direito à liberdade de expressão (Informe Anual da Comissão Interamericana de Direitos Humanos, de 25 de fevereiro de 2009). Recursos Extraordinários conhecidos e providos. Relator: Min. Gilmar Mendes, 17 de junho de 2009. Disponível em: https://portal.stf.jus.br/processos/downloadPeca.asp?id=15344949214&ext=.pdf. Acesso em: 07 dez. 2021.

BULMAN-POZEN, J.; Gerken, H. Uncooperative Federalism, **Yale Law Journal**, v. 118, n. 166, pp. 1256-1310, 2009. Disponível em: https://scholarship.law.columbia.edu/faculty_scholarship/1545. Acesso em: 14 maio 2022.

CHO, J.; COTTER, K.; RADER, E. Explanations as mechanisms for supporting algorithmic transparency. *In*: CHI Conference on Human Factors in Computing Systems, abr. 2018, Montreal. **Proceedings** [...]. Nova York: CHI, 2018. Trabalho nº 103. DOI: https://doi.org/10.1145/3173574.3173677. Disponível em: https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/3173574.3173677. Acesso em: 16 fev. 2022.

COULDRY, N.; MEJIAS, U. A. Making data colonialism liveable: how might data's social order be regulated? **Internet Policy Review**, v. 8, n. 2, p. 1-16, 2019. DOI https://doi.org/10.14763/2019.2.1411. Disponível em: https://policyreview.info/articles/analysis/making-data-colonialism-liveable-how-might-datas-social-order-be-regulated. Acesso em: 10 fev. 2022.

DAVIS, C. *et al*. The rise of social bots. **Communications of the Association for Computing Machinery**, v. 59, n. 7, p. 96-104, 2016. DOI: 10.1145/2818717. Disponível em: https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/2818717. Acesso em: 17 fev. 2022.

DONEDA, D. C. M. **Da privacidade à proteção de dados pessoais**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019, livro eletrônico [sem página].

ELSTER, J. **Alchemies of the mind**: rationality and emotions. Cambridge: Cambridge University Press, 1999

ELSTER, J. **Nuts and bolts for the social sciences**. Cambridge: Cambridge University Press, 1989.

FLEINER-GERSTER, T. **Teoria Geral do Estado**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

FLEMMING, J. E. Securing Deliberative Autonomy. **Stanford Law Review**, Stanford, vol. 48, nº. 1, pp. 1–71, 1995. DOI: https://doi.org/10.2307/122914. Disponível em: https://www.jstor.org/stable/1229149?read-now=1&seq=1. Acesso em 01 abr. 2022.

FLORIDI, F. The construction of personal identities online. **Minds & Machines**, Hertfordshire, v. 21, n. 4, p. 477-479, 2011. DOI 10.1007/s11023-011-9254-y.

GOMES, J. J. **Direito eleitoral**. São Paulo: Atlas, 2016.

GÓMEZ-CARMONA, D.; HÉRNANDEZ-MÉNDEZ, J.; MUÑOZ-LEIVA, F. Measuring advertising effectiveness in Travel 2.0 websites through eye-tracking technology. **Physiology & Behavior,** Amsterdam, v. 200, p. 83-95, 2019. DOI: https://doi.org/10.1017/pls.2017.25. Disponível em: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0031938418301239. Acesso em: 10 fev. 2022.

GRAEPEL, T.; KOSINSKI, M.; STILLWELL, D. Digital records of behavior expose personal traits. **Proceeding of the National Academy of Sciences**, Princeton, v. 110, n. 15, p. 5802-5805, abr. 2013. DOI: 10.1073/pnas.1218772110. Disponível em: https://www.pnas.org/content/110/15/5802. Acesso em: 18 fev. 2022.

GUEDES, N. Comentário ao artigo 14, *caput*. *In*: CANOTILHO, J. J. G.; MENDES, G. F.; SARLET, I. W.; STRECK, L. L. (**Orgs.**). **Comentários à Constituição do Brasil**. São Paulo: Saraiva/Almedina, 2013, p. 657-674.

GUILLORY, J. E; HANCOCK, J. T.; KRAMER, A. D. I. Emotional contagion through social networks. **Proceedings of the National Academy of Sciences**, Princeton, v. 111, n. 24, p. 8788-8790, mar. 2014. DOI: 10.1073/pnas.1320040111. Disponível em: https://www.pnas.org/content/111/24/8788. Acesso em: 15 fev. 2022.

HAN, B. C. **No enxame**: perspectivas do digital. Petrópolis: Vozes, 2018. Tradução de Lucas Machado.

KANTARDZIC, M. **Data mining**: concepts, models, methods and algorithms. New Jersey: IEEE Press, 2020.

LIMA, M. M. B. Comentários ao artigo 1º, V. *In*: CANOTILHO, J. J. G.; MENDES, G. F.; SARLET, I. W.; STRECK, L. L. (**Orgs.**). **Comentários à Constituição do Brasil**. São Paulo: Saraiva/Almedina, 2013, p. 135-136.

MARINONI, L. G. Tutela inibitória e tutela de remoção do ilícito. **Jus Navigandi**, Teresina, 2019, v. 8. Disponível em: https://www.mpmg.mp.br/data/files/80/10/52/54/DA44A7109CEB34A7760849A8/Tutela%20Inibitoria%20e%20Tutela%20de%20Remocao%20do%20Ilicito.pdf. Acesso em: 19 fev. 2022.

MORAIS, J. L. B. de; STRECK, L. L. Estado democrático de direito. *In*: CANOTILHO, J. J. G.; MENDES, G. F.; SARLET, I. W.; _____ (**Orgs.**). **Comentários à Constituição do Brasil**. São Paulo: Saraiva/Almedina, 2013, p. 113- 116.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Declaração Universal dos Direitos Humanos**, de 10 de dezembro de 1948. Disponível em: https://www.unicef.org/brazil/declaracao-universal-dos-direitos-humanos. Acesso em: 29 mar. 2021.

PEDRA, A. S. Reflexões sobre a teoria das cláusulas pétreas. **Revista de informação legislativa** [online], v. 43, n. 172, p. 135–148, out/dez. 2006. Disponível em: https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/93266/Pedra%20Adriano.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 29 mar. 2022

PIMENTEL, A. F. **Propaganda eleitoral**: poder de polícia e tutela provisória nas eleições. Belo Horizonte: Forum, 2019.

POULLET, Y; ROUVROY, A. The right to informational self-determination and the value of self-development: reassessing the importance of privacy for democracy. *In*: De Hert P. *et al* (orgs.) **Reinventing Data Protection?** Dordrecht: Springer, 2009, cap. 2, p. 45-76.

RAUB, M. Bots, Bias and Big Data: Artificial intelligence, algorithmic bias and disparate impact liability in hiring practices. **Arkansas Law Review**, Fayetteville, v. 71, n. 2, p. 529-570, dez. 2018. Disponível em: https://scholarworks.uark.edu/alr/vol71/iss2/7. Acesso em: 10 fev. 2022.

SAMPAIO, J. A. L. Comentário ao artigo 5º, X. *In*: CANOTILHO, J. J. G.; MENDES, G. F.; SARLET, I. W.; STRECK, L. L. (**Orgs.**). **Comentários à Constituição do Brasil**. São Paulo: Saraiva/Almedina, 2013, p. 276-285.

SANTOS JÚNIOR, A. B. dos. **Publicidade comparativa**: regras e limitações. São Paulo: Ixtlan, 2009.

SARMENTO, D. Comentários ao artigo 220. *In*: CANOTILHO, J. J. G.; MENDES, G. F.; SARLET, I. W.; STRECK, L. L. (**Orgs.**). **Comentários à Constituição do Brasil**. São Paulo: Saraiva/Almedina, 2013, p. 2034-2042.

SCHREIBER, A. Comentários ao artigo 11. *In*: DELGADO, M. L. *et al* (**Orgs.**). **Código civil comentado**: doutrina e jurisprudência. Rio de Janeiro: Forense, 2021, posição 96-100 **[livro eletrônico] (sem página)**.

SCHREIBER, A. Comentários ao artigo 2º. *In*: DELGADO, M. L. *et al* (**Orgs.**). **Código civil comentado**: doutrina e jurisprudência. Rio de Janeiro: Forense, 2021, posição 76-80 **[livro eletrônico] (sem página)**.

SCHREIBER, D. Neuropolitics: twenty years later. Politics and the life sciences, Amsterdam, v. 36, n. 2, p. 114-131, 2017. DOI: https://doi.org/10.1017/pls.2017.25. Disponível em: https://www.cambridge.org/core/journals/politics-and-the-life-sciences/article/abs/neuropolitics-twenty-years-later/51C39AA6539B1979FEA6D36C44E216BF. Acesso em: 8 fev. 2022.

SHAKIL. A; SIDDIQUI, D. A. How jingles in advertising affect retention and recall of the product. **International Journal of Thesis Projects and Dissertations (IJTPD)**, vol. 7, n. 2, pp. 20-29, abr.- jun. 2019. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3302192. Acesso em: 15 fev. 2022.

SOLOVE, D. J. A taxonomy of privacy. **University of Pennsylvania Law Review,** vol. 154, n. 3, pp. 477-560, jan. 2006.

STUDART, A. P. D. A natureza jurídica do direito à intimidade. **Direito UNIFACS–Debate Virtual,** n. 140, 2012.

THIELE, L. P. Review of *Neuropolitics: Thinking, Culture, Speed*, by W. E. Connolly. Int J Pediatr Otorhinolaryngol, Amsterdam, v. 33, n. 1, p. 137-140, 2005. DOI: https://doi.org/10.1016/j.ijporl.2011.08.021. Disponível em http://www.jstor.org/stable/300384033. Acesso em: 8 jan. 2019.

TSEBELIS, G. **Jogos ocultos**: escolha racional no campo da política comparada. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1998.

VAINZOF, R. Comentários ao artigo 1º, *caput*, da Lei Geral de Proteção de Dados. *In*: MALDONADO, V. N; BLUM, R. O (**Coords.**). LGPD: Lei Geral de Proteção de Dados comentada. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020, p. 22-25.

ZUBOFF, S. **A era do capitalismo de vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2019.

APÊNDICE.

Tabela 1- Processos excluídos e justificativa de exclusão na pesquisa realizada por meio do termo "jingles".

PROCESSO	JUSTIFICATIVA DE EXCLUSÃO
TRE/PA; RE nº 060054167; Tomé-Açu/PA; Relator: Rafael Fecury Nogueira; Data de Julgamento: 28/09/2021.	Trata-se de julgamento de prestação de contas de campanha, sendo a referência aos jingles tão somente como doações feitas ao candidato.
TRE/SE; RE nº 060038925; Santa Luzia do Itanhy/SE; Relator: Raymundo Almeida Neto; Data de julgamento: 14/10/21.	Trata-se de julgamento de prestação de contas de campanha, sendo os jingles apenas mencionados como elemento que não teve a comprovação adequada de pagamento.
TRE/PB; RE nº 060011271; Serra Redonda/PB; Relator: Leandro dos Santos; Data de julgamento: 08/11/21.	Trata-se de julgamento de prestação de contas de campanha, sendo os jingles apenas mencionados como elemento dos gastos com fornecedores.
TRE/PI; RE nº 060037622; Eliseu Martins/PI; Relator: Charlles Max Pessoa Marques da Rocha; Data de julgamento: 28/10/21.	Trata-se de julgamento de prestação de contas de campanha, sendo os jingles apenas mencionados como despesas não comprovadas as quais, por conseguinte, não ensejaram aprovação de contas.
TRE/PE; RE nº 060007309; Jaboatão dos Guararapes/PE; Relator: Rodrigo Cahu Beltrão; Data de julgamento: 05/08/21.	Trata-se de julgamento de prestação de contas de campanha, sendo os jingles apenas mencionados como elementos cujos valores não foram esclarecidos.
TRE/PE; RE nº 060007309- EDcl; Jaboatão	Embargos de declaração opostos a recurso já

dos Guararapes/PE; Relator: Rodrigo Cahu Beltrão; Data de julgamento: 05/08/21.	analisado, sem efeitos infringentes ou acréscimos que o tornassem pertinente.
TRE/PI; RE nº 060067745; Santa Cruz dos Milagres/PI; Relator: Erivan José da Silva Lopes; Data de julgamento: 07/12/21.	Ação de investigação eleitoral sobre suposta violação à quota de gênero, sendo os jingles mencionados como simples elemento de gastos.
TRE/RN; RE nº 060059206; Espírito Santo/RN; Relatora: Érika de Paiva Duarte Tinoco; Data de julgamento: 10/08/21.	Trata-se de julgamento de prestação de contas de campanha, sendo os jingles referenciados apenas como doações feitas ao candidato, destacando-se o seu caráter de produto originado de atividade econômica não regulamentada que prescinde de comprovação da atividade econômica do doador, pois pode ser criada por qualquer pessoa.
TRE/PI; RE nº 060019640; Júlio Borges/PI; Relator: Aderson Antônio Brito Nogueira; Data de julgamento: 10/08/21.	Trata-se de julgamento de prestação de contas de campanha, sendo os jingles apenas mencionados como elementos que denotam a atividade econômica do doador.
TRE/PB; RE nº 060072592; Mataraca/PB; Relator: José Ferreira Ramos Júnior; Data de julgamento: 29/07/21.	Trata-se de julgamento de representação eleitoral na qual os jingles são elementos de propaganda veiculados fora do horário permitido.
TRE/PI; RE nº 060033555; Eliseu Martins/PI; Relator: Charlles Max Pessoa Marques da Rocha; Data de julgamento: 10/08/21.	Trata-se de julgamento de prestação de contas de campanha, sendo os jingles apenas mencionados como elementos que, por não terem sido registrados, denotam a inconsistência dos documentos contábeis do candidato.

TRE/PA; RE nº 060038698; Rio Maria/PA; Relator: Álvaro José Norat de Vasconcelos; Data de julgamento: 22/10/21.	Trata-se de julgamento de prestação de contas de campanha, sendo os jingles mencionados como doações estimáveis em dinheiro que, por não exigirem qualificação específica para sua elaboração, não necessitam de registro contábil específico.
TRE/PE; RE nº 060024578; Carnaíba/PE; Relatora: Mariana Vargas Cunha de Oliveira Lima; Data de julgamento: 22/10/21.	Trata-se de julgamento de prestação de contas de campanha, sendo os jingles mencionados como gastos que não transitaram pela conta bancária específica da campanha.
TRE/ES; RE nº 060099390; Guarapari/ES; Relator: Renan Sales Vanderlei; Data de julgamento: 28/07/21.	Trata-se de julgamento em que os jingles sequer são mencionados no voto do magistrado.
TRE/SE; RE nº 060033140; Pedra Mole/SE; Relatora: Clarisse de Aguiar Ribeiro Simas; Data de julgamento: 23/09/21.	Trata-se de julgamento em que os jingles são mencionados apenas em enumeração de elementos que denotam propaganda em desacordo com a legislação.
TRE/SE; RE nº 060073302; Arauá/SE; Relatora: Iolanda Santos Guimarães; Data de julgamento: 18/11/21.	Trata-se de julgamento de prestação de contas em que os jingles são mencionados como elemento de doação em valor estimável em dinheiro na qual não foi observada assinatura no documento correspondente.
TRE/RN; RE nº 060045284; Natal/RN; Relator: Cláudio Manoel de Amorim Santos; Data de julgamento: 09/12/21.	Trata-se de julgamento de prestação de contas em que as despesas com produção de jingles não foram quitadas.
TRE/RN; RE nº 060011952; Poxoréu/MT; Relatora: Clara da Mota Santos Pimenta	Trata-se de julgamento de prestação de contas em que as despesas com produção de

Alves; Data de julgamento: 11/11/21.	jingles não foram quitadas.
TRE/PI; RE nº 060015397; São Francisco de Assis do Piauí/PI; Relator: Teófilo Rodrigues Ferreira; Data de julgamento: 09/11/21.	Trata-se de julgamento de contas de campanha em que os jingles foram citados apenas como elementos de propaganda.
TRE/PE; RE nº 060041017; Palmares/PE; Relator: Carlos Gil Rodrigues Filho; Data de julgamento: 10/09/21.	Trata-se de julgamento de contas de campanha em que os jingles foram citados apenas como doações estimáveis recebidas pelo candidato.
TRE/SE; RE nº 060085288; Aracaju/SE; Relatora: Elvira Maria de Almeida Silva; Data de julgamento: 14/09/21.	Os jingles são mencionados apenas em um precedente, o qual é descartado pelo magistrado por ausência de pertinência ao caso analisado.
TRE/PB; RE nº 060053138; Nova Palmeira/PB; Relator: Fábio Leandro de Alencar Cunha; Data de julgamento: 24/11/21.	O termo "jingle" é mencionado no julgado apenas como um inciso da redação à época vigente do art. 26, Lei nº 9.504/97, a qual sequer serviu de fundamento para a decisão.
TRE/PE; RE nº 060028630; Carnaíba/PE; Relator: Humberto Costa Vasconcelos Júnior; Data de julgamento: 24/09/21.	Trata-se de julgamento de prestação de contas de campanha em que o termo "jingle" é mencionado apenas como elemento posteriormente retificado na prestação de contas.
TRE/PI; RE nº 060067660; Prata do Piauí/PI; Relator: Rogério Roberto Gonçalves de Abreu; Data de julgamento: 07/12/21.	Trata-se de ação de investigação judicial eleitoral, na qual o termo jingle é mencionado apenas como elemento que denota que a campanha efetivamente foi realizada, não se tratando de candidatura fictícia para preenchimento de cota de gênero.
TRE/PI; RE nº 060068352; Prata do Piauí/PI;	Trata-se de ação de investigação judicial

Relator: Erivan José da Silva Lopes.	eleitoral, na qual o termo jingle é mencionado apenas como elemento que denota que a campanha efetivamente foi realizada, não se tratando de candidatura fictícia para preenchimento de cota de gênero.
TRE/PI; RE nº 060068789; Prata do Piauí/PI; Relator: Erivan José da Silva Lopes.	Trata-se de ação de investigação judicial eleitoral, na qual o termo jingle é mencionado apenas como elemento que denota que a campanha efetivamente foi realizada, não se tratando de candidatura fictícia para preenchimento de cota de gênero.
TRE/PE; RE nº 060012249; Cedro/PE; Relator: Francisco Roberto Machado; Data de julgamento: 02/12/21.	Os jingles foram mencionados apenas como elemento que denota o descumprimento da determinação judicial.
TRE/RN; RE nº 060042598; Macaíba/RN; Relator: Geraldo Antônio da Mota; Data de julgamento: 10/08/21.	Trata-se de julgamento de prestação de contas com irregularidades e nas quais os jingles foram considerados doações sujeitas à prestação de contas.
TRE/PE; RE nº 060042522; Goiana/PE; Relator: Francisco Roberto Machado; Data de julgamento: 19/11/21.	Trata-se de julgamento de prestação de contas em que os jingles foram considerados um elemento do rol que comprova a desnecessidade de devolução de recursos à União.
TRE/AL; RE nº 060034933; Carneiros/AL; Relatora: Silvana Lessa Omena; Data de julgamento: 03/08/21.	O termo "jingles" sequer é mencionado no voto da magistrada.
TRE/RN; RE nº 060040170; Macaíba/RN; Relator: Geraldo Antônio da Mota; Data de	Trata-se de julgamento de prestação de contas em que os jingles foram considerados

julgamento: 10/08/21.	doação, sujeitos às regras de prestação de contas.
TRE/PI; RE nº 060027137; Oeiras/PI; Relator: Charlles Max Pessoa Marques da Rocha; Data de julgamento: 23/09/21.	Trata-se de julgamento de prestação de contas em que os jingles foram mencionados apenas no tocante à divergência no CPF do prestador de serviços.
TRE/PI; RE nº 060003515; Sirinhaém/PE; Relator: Francisco Roberto Machado; Data de julgamento: 17/12/21.	Trata-se de julgamento no qual os jingles foram mencionados apenas como elemento que comprova a prestação de serviços das empresas contratadas.
TRE/PB; RE nº 060046643; Pedra Lavrada/PB; Relator: Francisco Roberto Machado; Data de julgamento: 22/11/21.	Trata-se de julgamento no qual os jingles sequer foram mencionados no voto do magistrado.
TRE/PI; RE nº 060013661; Conceição do Canindé/PI; Relator: Thiago Mendes de Almeida Férrer; Data de julgamento: 06/12/21.	Trata-se de julgamento de prestação de contas em que os jingles foram mencionados apenas como elementos nos quais gastos foram realizados.
TRE/MA; RE nº 060035463; Pedro do Rosário/MA; Relator: Luis Fernando Xavier Guilhon Filho; Data de julgamento: 22/06/21.	Trata-se de julgamento no qual os jingles sequer foram mencionados no voto do magistrado.
TRE/MG; RE nº 000099537; Araguari/MG; Relator: Marcelo Paulo Salgado; Data de julgamento: 14/09/21.	Trata-se de julgamento no qual os jingles foram mencionados como um atrativo utilizado para captação de pessoas para o "showmício", sendo tratados apenas indiretamente.
TRE/PI; RE nº 060035712; Canto do Buriti/PI; Relator: Charlles Max Pessoa	Trata-se de julgamento no qual os jingles foram mencionados apenas como um

Marques da Rocha; Data de julgamento: 19/10/21.	elemento que atraía pessoas. Contudo, a questão de fundo tratava de violação de normas sanitárias no contexto da pandemia.
TRE/SE; RE nº 060091762; Nossa Senhora do Socorro/SE; Relatora: Clarisse de Aguiar Ribeiro Simas; Data de julgamento: 19/10/21.	Trata-se de julgamento de prestação de contas no qual os jingles são mencionados como um produto cuja relação com a atividade econômica do doador não foi demonstrada.
TRE/PE; RE nº 060091762; Belo Jardim/PE; Relator: Frederico Ricardo de Almeida Neves; Data de julgamento: 23/07/21.	Os jingles apenas são mencionados em um precedente no corpo do julgado, sem haver direta conexão.
TRE/SE; RE nº 060009658; Nossa Senhora do Socorro/SE; Relator: Edivaldo dos Santos; Data de julgamento: 05/10/21.	Personalização de obras e serviços com divulgação de feitos administrativos em lives.
TRE/SE; PA nº 513223; Camapuã/MS; Relator: Paschoal Carmello Leandro; Data de julgamento: 05/10/21.	Processo administrativo que fixou a data para realização de eleição suplementar no município.
TRE/MG; RE nº 060101255; Conceição do Pará/MG; Relator: Paschoal Carmello Leandro; Data de julgamento: 01/09/21.	Fraude eleitoral por candidaturas femininas fictícias.
TRE/MG; RE nº 060101862; Conceição do Pará/MG; Relator: Itelmar Raydan Evangelista; Data de julgamento: 01/09/21.	Candidaturas femininas fictícias.
TRE/PB; REI nº 060019579; Guarabira/PB; Relator: Rogério Roberto Gonçalves de Abreu; Data de julgamento: 11/11/21.	Os jingles são mencionados como elemento que caracteriza propaganda eleitoral ostensiva. Contudo, a temática central do acórdão é a violação das normas sanitárias em decorrência da pandemia da COVID-19.

Tabela 2- Processos analisados e elementos identificados na pesquisa realizada por meio do termo "jingles".

PROCESSO	ELEMENTOS IDENTIFICADOS
TRE/RN; REl nº 060045853; Upanema/RN; Relatora: Érika de Paiva Duarte Tinoco; Data de julgamento: 12/08/21.	Manifestação política realizada logo após a convenção partidária, com vestimentas padronizadas e jingles entoados em "paredões" de som e prévio conhecimento dos candidatos demonstrado e prévia convocação dos "futuros eleitores" para a passeata. Espontaneidade afastada.
TRE/ES; RE nº 060051285; Montanha/ES; Relatora: Heloísa Cariello; Data de julgamento: 27/09/21.	Os jingles são mencionados como elemento que denota a ausência de espontaneidade na manifestação.
TRE/ES; RE nº 060048335; Montanha/ES; Relatora: Heloísa Cariello; Data de julgamento: 27/09/21.	Recurso interposto por partes diferentes, porém julgado em conjunto e através da mesma decisão do RE 060051285, pelo que não há nada a acrescentar.
TRE/ES; RE nº 060052317; Montanha/ES; Relatora: Heloísa Cariello; Data de julgamento: 27/09/21.	Recurso interposto por partes diferentes, porém julgado em conjunto e através da mesma decisão do RE 060051285, pelo que não há nada a acrescentar.
TRE/ES; RE nº 060049986; Montanha/ES; Relatora: Heloísa Cariello; Data de julgamento: 27/09/21.	Recurso interposto por partes diferentes, porém julgado em conjunto e através da mesma decisão do RE 060051285, pelo que

	não há nada a acrescentar.
TRE/ES; RE nº 060048687; Montanha/ES; Relatora: Heloísa Cariello; Data de julgamento: 27/09/21.	Recurso interposto por partes diferentes, porém julgado em conjunto e através da mesma decisão do RE 060051285, pelo que não há nada a acrescentar.
TRE/ES; RE nº 060051370; Montanha/ES; Relatora: Heloísa Cariello; Data de julgamento: 27/09/21.	Recurso interposto por partes diferentes, porém julgado em conjunto e através da mesma decisão do RE 060051285, pelo que não há nada a acrescentar.
TRE/ES; RE nº 060052232; Montanha/ES; Relatora: Heloísa Cariello; Data de julgamento: 27/09/21.	Recurso interposto por partes diferentes, porém julgado em conjunto e através da mesma decisão do RE 060051285, pelo que não há nada a acrescentar.
TRE/PA; RE nº 060068445; Canaã dos Carajás/PA; Relator: Rafael Fecury Nogueira; Data de julgamento: 27/07/21.	Os jingles foram utilizados como elemento de propaganda, expondo a candidata e sugerindo pedido de voto, caracterizando propaganda eleitoral extemporânea. Opostos embargos de declaração ao acórdão, esses foram indeferidos.
TRE/PA; RE nº 060011882; Bagre/PA; Relator: Diogo Seixas Condurú; Data de julgamento: 31/08/21.	Os jingles foram usados como elemento para enaltecer as qualidades do pré-candidato e o promovendo, incitando ao voto através de mensagens subliminares.
TRE/PI; RE nº 060065914; Picos/PI; Relator: Charlles Max Pessoa Marques da Rocha; Data de julgamento: 23/11/21.	Trata-se de julgamento de propaganda eleitoral irregular por meio de veiculação de jingles. Especificamente, o fato do candidato aparecer discursando ao lado de veículo de som que veicula jingle de sua campanha

	denota ciência inequívoca da estratégia de marketing utilizada.
TRE/PE; RE nº 060009451; Cupira/PE; Relator: Carlos Gil Rodrigues Filho; Data de julgamento: 12/11/21.	Os jingles foram utilizados como elemento que denotava o elevado grau de organização da carreata, caracterizando ato de propaganda extemporânea.
TRE/PE; RE nº 060008322; Cupira/PE; Relator: Carlos Gil Rodrigues Filho; Data de julgamento: 12/11/21.	Os jingles foram utilizados como elemento que denotava o elevado grau de organização da carreata, caracterizando ato de propaganda extemporânea.
TRE/PE; RE nº 060009706; Cupira/PE; Relator: Carlos Gil Rodrigues Filho; Data de julgamento: 12/11/21.	Os jingles foram utilizados como elemento que denotava o elevado grau de organização da carreata, caracterizando ato de propaganda extemporânea.
TRE/PA; RE nº 060011882; Bagre/PA; Relator: Diogo Seixas Condurú; Data de julgamento: 17/11/21.	Os jingles continham mensagem exaltando o candidato e associando sua vitória à melhora da cidade.
TRE/PA; RE nº 060016429; Belém/PA; Relator: Rafael Fecury Nogueira; Data de julgamento: 10/08/21.	Os jingles de campanha eram veiculados em farmácia de propriedade do recorrente, pelo que foi reconhecido seu uso inadequado

Tabela 3- Processos obtidos após busca pela expressão-chave "pedido explícito de voto".

	PROCESSO
1	REspEl 60043776
2	AREspEl 60041035
3	REspEl 60429045
4	Rel 60066018
5	AREspEl 60053908
6	ARESPE 60003647
7	REl 60081759
8	RP 60016392
9	RP 60002383
10	Rel 60028342
11	Rel 60008412
12	Rel 60027105
13	Rel 60015963
14	Rel 60002985
15	Rel 60061767

16	Rel 60002615
17	Rel 60005388
18	Rel 60014506
19	Rel 60006249
20	RP 60017946
21	Rel 60007882
22	Rel 60023362
23	Rel 60014960
24	Rel 60011882
25	ReCrim 612
26	Rel 60032827
27	Consulta 60016130
28	Rel 60013926
29	Rel 60010279
30	Rel 60008322
31	Rel 60009706
32	Rel 60009451
33	Rel 60004685
34	Rel 60003864

35	Rel 60022824
36	Rel 60004686
37	Rel 60023176
38	Rel 60016740
39	Rel 60041674
40	Rel 60014057
41	AREspEl 60003750
42	Rel 60102724
43	Rel 60041393
44	Rel 60000242
45	Rel 60009096
46	Rel 60024488
47	Rel 60009835
48	Rel 60037167
49	Rel 00001797
50	Rel 60028537
51	Rel 60002522
52	Rel 60006781
53	Rel 60009658

54	Rel 60078127
55	Rel 60045953
56	Rel 60099266
57	Rel 60060379
58	Rel 60039172
59	Rel 60048528
60	Rel 60042073
61	Rel 60009227
62	Rel 60046997
63	Rel 60046339
64	Rel 60007715
65	Rel 60004478
66	Rel 60080089
67	Rel 60020718
68	Rel 60009181
69	Rel 60043069
70	Rel 60100277
71	Rel 60069307
72	Rel 60011882-Edcl

73	Rel 60006762
74	Rel 60045932
75	Rel 60044961
76	Rel 60003071
77	Rel 60100010
78	Rel 60027622
79	Rel 60034970
80	Rel 60034703
81	Rel 60008179
82	Rel 60009495
83	Rel 60022106
84	Rel 60045853
85	Rel 60036647
86	Rel 60007303
87	Rel 60078762
88	Rel 60001152
89	Rel 60078847
90	Rel 60068445
91	Rel 60057724

92	Rel 60019656
93	Rel 60007010
94	Rel 60022259
95	Rel 60029655
96	Rel 60051728
97	Rel-EDcl 60035055
98	Rel 60035225
99	Rel 60019262
100	Rel 60097275

Tabela 4- Pesquisa com a expressão chave "pedido explícito de voto"

Processo	Análise
TRE/ES; RE 60014506; Guarapari/ES, Relator: Carlos Simões Fonseca, Julgado em: 10/12/21.	Foi avaliado se veicular jingle em grupo de WhatsApp seria propaganda antecipada. Recurso improvido considerando ser o aplicativo território marcadamente privado, bem assim não ter sido demonstrado prejuízo na forma do alcance da veiculação do jingle. Ressaltou-se que, ao contrário de redes sociais, em que o conteúdo é público e o alcance, presumido, no WhatsApp, o conteúdo é, em regra, privado.
TRE/SE; Embargos de Declaração no RE 60035055; Moita Bonita/SE, Relatora: Iolanda Santos Guimarães, Julgado em: 29/07/21.	Foi consignado o uso de palavras mágicas (ex: "apoiem" e "elejam") voltadas a incutir no eleitor ideia equivalente a pedido explícito de voto.
TRE-PE; RE 60000242; Riacho das Almas/PE, Relator: André Oliveira da Silva Guimarães, Julgado em: 03/08/2020.	A propaganda eleitoral antecipada se configura também por elementos que traduzam pedido explícito de votos, por exemplo, veiculação de propaganda em grupo de WhatsApp e sua divulgação em canal de TV, com expressão que invoca a população do município a votar em candidato específico. Há quebra de paridade de armas entre os pré-

	candidatos, já que objetiva alavancar a campanha eleitoral de um em prejuízo dos demais, em período proibido pela legislação eleitoral.
TRE/PE; RE 60007882; Passira/PE; Relator: Carlos Gil Rodrigues Filho, Julgado em: 06/12/2021.	Configurada propaganda antecipada face ao uso de mídia voltado a exaltar ação do pré-candidato. Fosse apenas política pública em sentido estrito, não haveria necessidade de publicização e desmerecimento da gestão da época.
TRE/DF; Representação 060017946; Brasília/DF, Relator: Renato Guanabara Leal de Araújo, Julgado em: 01/12/21	Para caracterizar a propaganda antecipada, necessário o pedido expresso ou implícito de votos, menção à pretensa candidatura ou exaltação das qualidades pessoais do candidato para o cargo pretendido. O longo decurso de tempo entre a data da suposta propaganda ilegal e o pleito eleitoral dilui a possibilidade de influência no eleitorado.
TRE/PB; RE 060004686; Alagoinha/PB, Relator: Leandro dos Santos, Julgado em: 04/11/2021.	Aposição, durante *live*, da sigla e do número do partido a que filiada a pré-candidata não representam, por si, apelo explícito de voto, face a inexistência de palavras mágicas, indutoras de voto.
TSE; Recurso Especial Eleitoral 06042904520186190000; Rio de Janeiro/RJ; Relator: Min. Benedito Gonçalves, Julgado em: 07/04/2022.	Para o TSE, o ilícito de propaganda antecipada pressupõe pedido explícito de votos ou manifestação de cunho eleitoral mediante formas proscritas durante o período de campanha ou afronta à paridade de armas. Muito embora a Corte

	Regional tenha reconhecido a propaganda antecipada em mensagens veiculadas em redes sociais com dizeres aludindo à necessidade de eleição de determinado candidato, não havia pedido explícito de voto ou o uso de meios proscritos ou violação à isonomia de oportunidades entre os candidatos, pelo que, para o TSE, não se configurou a propaganda extemporânea.
TRE/SE; Embargos de Declaração no RE 60035225; Moita Bonita/SE; Relatora: Iolanda Santos Guimarães; Julgado em: 29/07/21.	Foi consignado o uso de palavras mágicas (ex: "apoiem" e "elejam") voltadas a incutir no eleitor ideia equivalente a pedido explícito de voto.
TRE/PB; RE 60023176; Picuí/PB; Relator: Leandro dos Santos; Julgado em: 04/11/21.	Inexiste vedação à transmissão de convenção partidária via Facebook, desde que, durante o evento, não haja pedido explícito de voto.
TRE/PA; RE 60016740; Parauapebas/PA; Relator: Diogo Seixas Condurú; Julgado em: 21/10/21.	Constatou-se que o evento realizado em período de pré-campanha desvirtuou o caráter interno da convenção partidária, pois contava com grande número de convidados, telões de vídeo, foi realizado em área externa aberta ao público em geral, além de veicular pedido explícito de voto, inclusive aos candidatos proporcionais integrantes da coligação.
TRE/MG; RE 060048528; Padre Carvalho/MG, Relator: Marcos Lourenço Capanema de Almeida, Data de Julgamento: 21/09/2021.	A utilização de expressões indiretas, com aplicação de "palavras mágicas", identifica o pedido explícito de votos, levando-nos a concluir, assim, que o

	emissor está defendendo publicamente a sua vitória. Caracterizou-se verdadeira campanha eleitoral "em curso". Mais ainda, a propaganda extrapola a menção às qualidades pessoais e profissionais e das convicções políticas. As postagens foram veiculadas em perfil pessoal, editada e preparada sob medida, não havendo, pois cogitar em desconhecimento pelo candidato.
TRE/PE; RE 060002522; Igarassu/PE, Relator: André Oliveira da Silva Guimarães, Data de Julgamento: 15/10/2021.	As publicações objeto do recurso extrapolaram o permissivo legal por conterem pedido explícito de votos, na forma de equivalentes semânticos (palavras mágicas) e expressões que denotam chamamento do eleitor a apoiar e votar em determinado pré-candidato.
TRE/PA; RE-EDcl 060001152; Parauapebas/PA, Relatora: Carina Cátia Bastos Senna, Data de Julgamento: 03/08/21.	Transborda o limite da liberdade de informação e de expressão o claro pedido de "não voto".
TRE/PA; RE 060069307; Canaã dos Carajás/PA, Relator: Rafael Fecury Nogueira, Data de Julgamento: 12/08/2021.	Configurado pedido explícito de voto, face à menção à pré-candidatura em perfil de rede social. Houve divulgação de frases e manifestações, bem como reuniões públicas com moradores estimulando o voto, descaracterizando a propaganda intrapartidária. Houve explanação de programas e depoimentos condizentes com o seu trabalho, afirmando as suas participações no pleito

	vindouro. Caracterizado o desequilíbrio à paridade do pleito.
TRE/SE; RE 060022259; Porto da Folha/SE, Relatora: Iolanda Santos Guimarães, Data de Julgamento: 29/07/21.	Foi consignado o uso de palavras mágicas (ex: "apoiem" e "elejam") voltadas a incutir no eleitor ideia equivalente a pedido explícito de voto.
TRE/SE; RE: 060034970; Moita Bonita/SE, Relator: Raymundo Almeida Neto, Data de julgamento: 19/08/21.	Acórdão que não tratava do tema especificamente.
TRE/PE; RE 060061767; Olinda/PE, Relator: Francisco Roberto Machado, Data de Julgamento: 17/12/21.	Acórdão que não tratava do tema.
TRE/PE; RE 060006249; Araçoiaba/PE, Relatora: Iasmina Rocha, Data de Julgamento: 10/12/21	Acórdão que tratava de carreatas, não estando diretamente relacionado ao tema.
TRE/MG; RE 060009495; Mateus Leme/MG, Relator: Marcos Lourenço Capanema de Almeida, Data de Julgamento: 10/08/21.	Pedido explícito de voto não caracterizado quando veiculado simples pedido de apoio.
TRE/PA; RE 060019656; Senador José Porfírio/PA, Relator: José Maria Teixeira do Rosário, Data de Julgamento: 29/07/2021	Em mensagens enviadas por WhatsApp, a comunicação é privada e restrita aos interlocutores do grupo de mensagens. Por tal fator, prevalece a liberdade comunicativa e de expressão. No caso, não havia qualquer elemento que permitisse a conclusão de que tal grupo de mensagens pudesse promover o desequilíbrio da disputa.

TRE/MG; RE 060078127; Muriaé/MG, Relator: Maurício Torres Soares, Data de Julgamento: 06/10/2021.	Propaganda irregular veiculada em grupo que tinha por objeto compra e venda de produtos com o logotipo da empresa do ramo comercial e que tinha 83.500 membros.
TRE/MT; RE 60013926; Torixoréu/MT, Relator: Jackson Francisco Coleta Coutinho, Data de Julgamento: 17/11/2021.	Acórdão que não tratava do tema.
TSE; AREspE 060003647; Rio de Janeiro/RJ; Relator: Min. Mauro Campbell Marques, Data de Julgamento: 24/03/22	Acórdão que não tratava do tema.
TRE/PE; REl 060009451; Cupira/PE, Relator: Carlos Gil Rodrigues Filho, Data de Julgamento: 12/11/21.	Configuração de propaganda antecipada por realização de passeata e carreata (presença de vestimenta padronizada, alusão a número de candidato e gestos políticos), violando a isonomia entre candidatos. Restou configurado, com isso, pedido explícito de voto.
TRE-MT; REl 60002985; Cuiabá/MT, Relatora: Nilza Maria Pôssas de Carvalho, Data de Julgamento: 15/12/2021.	Não restou configurado pedido explícito de votos. Ademais, a atuação da Justiça Eleitoral, em relação a conteúdos divulgados na Internet, deve ser realizada com a menor interferência possível.
TRE-AL; RE: 060003071; São Luís do Quitunde/AL, Relatora: Silvana Lessa Omena, Data de Julgamento: 25/08/2021.	Ausência de prova de realização de ato de campanha em período vedado.
TRE-PB; RE 060022824; Picuí/PB, Relator: Leandro dos Santos, Data de Julgamento: 04/11/2021.	Inexiste vedação à transmissão de convenção partidária, via Facebook,

	desde que, durante o evento, não haja pedido explícito de voto.
TRE-RN; RE 060023362 São José De Mipibu/RN, Relatora: Érika De Paiva Duarte Tinoco, Data de Julgamento: 01/12/21.	Para que as hipóteses de conduta vedada sejam apreciadas como abuso de poder político ou de autoridade, é necessário que a prática afete a igualdade de oportunidade entre os candidatos e fira a normalidade ou equilíbrio do pleito.
TRE-PE; RE 060008412; São Bento do Una/PE, Relator: Mariana Vargas Cunha de Oliveira Lima, Data de Julgamento: 21/01/2022.	Acórdão que não tratava do tema.
TRE-PB - RE: 060006781; Marizópolis/PB, Relator: Rogério Roberto Gonçalves de Abreu, Data de Julgamento: 19/10/2020.	Não é propaganda a exposição de posicionamento pessoal sobre questões políticas, manifestações de apoio, divulgação de pré-candidatura, ações políticas desenvolvidas e pretendidas. Para configurar propaganda antecipada, segundo o TSE, é preciso, primeiro, caráter eleitoral (p. ex. enumeração de propostas). Após, deve haver, a presença de pedido explícito de voto, a utilização de formas proscritas durante o período oficial de propaganda ou violação à igualdade de oportunidades entre os candidatos. No caso, não configura pedido de voto elencar futuras ações de governo em próprio perfil, caso o indivíduo não seja parte da mídia.

TRE/DF; RC 000000612; Brasília/DF, Relator: Arquibaldo Carneiro Portela, Data de Julgamento: 16/11/2021.	Não pertinente à dissertação.
TRE-DF - RP: 06001639220216070000; Brasília/DF, Relator: João Batista Gomes Moreira, Data de Julgamento: 21/03/2022	Não caracterizada propaganda eleitoral, havendo significativo lapso temporal entre a veiculação da mensagem, no outdoor, e o início do período eleitoral, sendo improvável a interferência na escolha pelo eleitor.
TRE-PA; RE: 060078847; Abaetetuba/PA, Relator: Álvaro José Norat de Vasconcelos, Data de Julgamento: 03/08/2021.	Trata-se o julgado de entrevista de candidato em período vedado. Para o neuromarketing, pode-se aplicar raciocínio análogo, com cessação do impulsionamento e desativação dos bots no mesmo período em que vedada manifestação de candidato.
TRE-RN; RE: 060046997; Monte Alegre/RN, Relator: José Carlos Dantas Teixeira de Souza, Data de Julgamento: 23/09/2021.	Do julgado, vale consignar que, para configurar captação ilícita de sufrágio apta a ensejar procedência em AIJE, necessário que a conduta seja típica (art. 22, LC 64/90), praticada no período eleitoral e com especial fim de obter o voto de indivíduo ou grupo. Demanda robusto arcabouço probatório, que, no caso do neuromarketing, poderia ser preenchido pela comprovação de uso de bots de mineração de dados obtidos sem fundamento na LGPD.

TRE-PI; RE 060020718; Amarante/PI, Relator: Thiago Mendes De Almeida Férrer, Data de Julgamento: 14/09/2021.	Divulgação no WhatsApp de notícias com a informação de que o TCU teria aplicado multa e inabilitação para cargo público a candidato a Prefeito não configura propaganda eleitoral negativa, seja porque não se trata de conteúdo ofensivo à honra, à imagem do recorrido ou fato sabidamente inverídico, seja porque propalada por meio do aplicativo WhatsApp, marcadamente particular.
TRE-PE; RE 060004685; Garanhuns/PE, Relatora: Mariana Vargas Cunha de Oliveira Lima, Data de Julgamento: 05/11/21.	Postagens de pré-candidato nas redes sociais com postura eleitoral, em nítida alusão à candidatura futura, publicada antes do período autorizado, extrapolam o permissivo legal e desequilibram as eleições, violando os princípios do processo democrático.
TRE-PA; RE: 060015963; Parauapebas/PA, Relator: Rafael Fecury Nogueira, Data de Julgamento: 02/09/21	Para ocorrer propaganda eleitoral extemporânea, são necessários: pedido explícito de voto ou não voto ou, dependendo do caso, simples menção à candidatura; uso de meios vedados pela legislação eleitoral em qualquer período; ou prejuízo à igualdade entre os candidatos. Explícita a menção ao "não voto", dispensa-se aferir se o emissor estaria ou não vinculado ao grupo rival. Sendo a divulgação do vídeo anterior à data inicial para propaganda, caracteriza-se propaganda antecipada negativa.

TRE-PE; RE 060007715; Lagoa dos Gatos/PE, Relator: Mariana Vargas Cunha de Oliveira Lima, Data de Julgamento: 10/09/21.	A exposição da imagem de candidato durante *live* com artistas no Youtube, com distribuição de brindes e máscaras com texto alusivo à pré-candidatura, assemelha-se a showmício, podendo influir, antecipadamente, no eleitorado. Caracterizada, pois, a propaganda antecipada.
TRE-PE; RE 060009835; Bonito/PE, Relatora Iasmina Rocha, Data de Julgamento: 15/10/21.	Ausente pedido explícito de votos literal ou veiculado por meio de "palavras mágicas" (equivalentes semânticos). Ausência de circunstâncias que denotem qualquer espécie de captação antecipada de votos. Presença de meras manifestações populares próprias do contexto das convenções partidárias.
TRE-PA; RE 060042073; Rio Maria/PA, Relator: Diogo Seixas Condurú, Data de Julgamento: 14/09/21.	A propaganda eleitoral negativa é aquela que visa difamar a imagem do candidato, sendo apresentada geralmente com palavras ofensivas e injuriosas, diferente, assim, da mera crítica política, mesmo quando esta se apresenta ácida. Quando se trata de propaganda negativa, a tutela imediata da Justiça Eleitoral não é a honra do ofendido ou mesmo a recriminação do ofensor, mas a isonomia entre os diversos atores do pleito. Deve-se evitar a análise de conteúdo isolado para aferir propaganda negativa. A antijuridicidade se encontra na criação de ambiente próprio para a antecipação do

	debate eleitoral em circunstâncias negativas para um dos players da disputa eleitoral. No caso do neuromarketing, observa-se que deve haver regulação em decorrência de ser capaz de direcionar críticas negativas com ainda mais precisão.
TRE-PE; RE-EDcl 060004478; Timbaúba/PE, Relatora: Mariana Vargas Cunha de Oliveira Lima, Data de Julgamento: 10/09/21.	Acórdão não pertinente, pois tratava de suposta violação à ampla defesa por divulgação de pauta em dia anterior ao julgamento.
TRE-MG; REl 060007303; Nova Ponte/MG, Relator: Marcos Lourenço Capanema de Almeida, Data de Julgamento: 10/08/2021.	O art. 36-A, Lei nº 9.504/97 ensejou aos pré-candidatos a prática de atos que, obedecendo os seus limites, não configuram propaganda eleitoral antecipada. As divulgações contestadas, veiculadas em julho/2020, em período de pré-campanha, sem pedido explícito de votos, ainda que com conteúdo indiretamente eleitoral, enaltecendo a figura de candidato, não viola os limites legais, exaltando realizações por ele implementadas durante sua gestão. Segundo o TSE, ausente pedido explícito de votos; não utilizados meios proscritos e mantida a igualdade de oportunidades entre candidatos, não se configura propaganda antecipada.
TRE/MG; REl 060080089; Itambacuri/MG, Relator: Itelmar Raydan Evangelista, Data de Julgamento: 01/09/21.	Acórdão não pertinente à dissertação, sobretudo por não haver consignado os elementos que fundamentaram sua

	decisão de não configuração de propaganda institucional.
TRE-GO; REl 060097275; Águas Lindas de Goiás/GO, Relator: Márcio Antônio de Sousa Moraes Júnior, Data de Julgamento: 29/07/2021.	O uso de apenas um outdoor para propaganda eleitoral, retirado antes do pleito, é fato isolado com baixa significância, não sendo suficiente para comprometer a normalidade e legitimidade do pleito. Não reconhecido abuso do poder econômico, porquanto não evidenciado manifesto emprego desproporcional de recursos, a comprometer valores essenciais das eleições. Para o neuromarketing, pode-se extrair que, devido à alta capilaridade das redes sociais, o alto impacto, aliado à possível ilegalidade associada à origem dos dados minerados, cria uma presunção, ao menos relativa, de ilegalidade.
TRE-PB; REl-EDcl 060043069; Remígio/PB, Relator: José Ferreira Ramos, Data de Julgamento: 02/09/21.	Foi decidido que, em decorrência da baixa abrangência da propaganda extemporânea (evento realizado na casa do candidato), a multa deveria ser reduzida. Para o neuromarketing, tem-se aqui um requisito válido de dosimetria, qual seja, o alcance. Considerando o amplo alcance das redes sociais e, se o caso, a ilegalidade da obtenção e/ou uso dos dados pessoais dos cidadãos, tem-se que a multa fixada deve ser acima do patamar mínimo.

TRE-PA; REl 060011882-EDcl; Bagre/PA, Relator: Diogo Seixas Condurú, Data de Julgamento: 31/08/21.	Muito embora não configure propaganda antecipada, em eventos de escolha de candidatos, pedido de apoio à candidatura entre os outros previstos nos arts. 36 e 36-A, Lei 9504/97, in casu, o evento atingiu toda a população local, configurando antecipação de disputa e quebra da isonomia entre os candidatos.
TRE-PE; REl 060003864; Recife/PE, Relator: Mariana Vargas Cunha de Oliveira Lima, Data de Julgamento: 08/10/21.	Apesar do entendimento do TSE de que veicular mensagens em grupo restrito de WhatsApp, sem divulgação ampla como é comum nas redes sociais, não configura propaganda eleitoral, sendo exercício da liberdade de expressão, no caso dos autos, face à ausência de consensualidade dos participantes dos grupos, o aplicativo transformou-se em meio de comunicação de massa. Pois, não se aplica a orientação do TSE, ainda mais face às empresas dedicadas a promover envios em massa de mensagens eleitorais. Para o neuromarketing, reitera-se a relevância de base legal para o tratamento de dados e formação de *data base* de possíveis eleitores.
TRE-PA; REl 060068445 Canaã dos Carajás/PA, Relator: Rafael Fecury Nogueira, Data de Julgamento: 27/07/21.	Configurado pedido explícito de voto, com prejuízo à igualdade eleitoral, pois os pré-candidatos expuseram futura candidatura com slogans, jingles e logomarcas do partido.

TRE-MG; REl 060022106 Uberlândia/MG, Relator: Marcos Lourenço Capanema de Almeida, Data de Julgamento: 11/08/21.	Não configura propaganda eleitoral antecipada negativa publicação baseada em matéria jornalística de ampla repercussão, ainda que se trate de inquéritos policiais ou ações penais em curso. Assim, o que seria vedado seria a obtenção de dados pessoais sem base legal, sua mineração para descoberta de tendência política e direcionamento para um grupo específico, que tenderia a escolher o candidato da oposição.
TRE-GO; REl 060036647; Águas Lindas de Goiás/GO; Relator: Des. Vicente Lopes da Rocha Júnior, Data de Julgamento: 26/07/21.	É possível veicular material com a identificação do candidato, seus perfis sociais e algumas informações sobre sua vida.
TRE-PE; REl 060006762; Machados/PE, Relatora: Mariana Vargas Cunha de Oliveira Lima, Data de Julgamento: 27/08/21.	Realizar, antes da data permitida para propaganda, carreata iniciada em frente à propriedade de pré-candidato, com a participação deste e de sua família, música e carros adesivados com o número do partido, configura propaganda antecipada, não havendo sequer que se perquirir acerca da existência de pedido explícito de votos. Para o neuromarketing, tem-se a proibição de que tais ferramentas comecem a ser utilizadas antes do período permitido.
TRE-MG; REl 060100010-EDcl; Curvelo/MG; Relator: Itelmar Raydan Evangelista, Data de Julgamento: 25/08/21.	Muito embora o acórdão tenha consignado que publicação em rede social com a expressão "conto com o apoio de todos à minha pré-candidatura"

	caracteriza pedido explícito de voto, por se direcionar a todos que acessem a rede social, entende este autor que tal entendimento é incorreto, haja vista simples pedido de apoio não configurar pedido explícito de voto.
TRE-SE; REl 060060379; Divina Pastora - SE, Relator: Elvira Maria De Almeida Silva, Data de Julgamento: 30/09/21.	Do acórdão, vale consignar que o abuso de poder político caracteriza-se por emprego desproporcional de recursos patrimoniais, públicos ou privados, de forma a comprometer a legitimidade do pleito e a paridade de armas entre candidatos. No contexto do neuromarketing, tal desequilíbrio estaria presente caso o ocupante do cargo fizesse uso da estrutura pública, sobretudo de TI, para direcionar sua campanha política.
TSE - AREspE: 06005390820206260090; Pindamonhangaba/SP; Relator: Min. Sérgio Silveira Banhos, Data de Julgamento: 24/03/22.	Acórdão julgado improcedente por repetição dos argumentos anteriormente sustentados.
TRE-PA; REl 060028342; Portel - PA, Relator: Leonam Gondim da Cruz Júnior, Data de Julgamento: 17/12/21.	Mensagens comuns e frequentes no contexto eleitoral divulgadas em aplicativo de mensagens são amparadas pela liberdade de expressão, ainda mais se divulgadas por simples eleitor em grupo fechado contra um candidato já gestor público. O acesso livre a críticas severas ou até piadas assegura, até mesmo, adeptos do partido governista avaliarem sua eventual procedência.

TRE-SE; REl 060009658; Nossa Senhora do Socorro/SE; Relator: Edivaldo dos Santos, Data de Julgamento: 05/10/21.	Configurada a propaganda eleitoral antecipada veiculada no Programa Socorro na TV. No caso, a propaganda foi veiculada por meios proscritos, porquanto realizada sob o comando de um jornalista que também ocupava cargo comissionado localmente. Enalteceu-se o pré-candidato e gestor como responsável pelas obras locais. 6. Houve quebra da isonomia. O programa esteve por cerca de um ano na programação de uma das maiores emissoras de TV estaduais, com amplo alcance no município, tratamento não dispensado aos outros pré-candidatos. Com relação às *lives*, não houve propaganda eleitoral extemporânea, porquanto não houve pedido explícito de voto, nem mesmo através das palavras mágicas. Não houve violação à igualdade de oportunidades entre os candidatos, pois tal mecanismo está disponível a todos.
TRE-GO; REl 060099266; Águas Lindas de Goiás/GO; Relator: Des. Juliano Taveira Bernardes, Data de Julgamento: 27/09/2021.	Acórdão não pertinente.
TRE-MG; REl 060008179; Araguari - MG, Relator: Marcos Lourenço Capanema De Almeida, Data de Julgamento: 10/08/2021.	Recurso intempestivo.
TRE-PE; REl 060009181; Passira – PE; Relator: Rodrigo Cahu Beltrão, Data de Julgamento: 17/09/21.	Houve propaganda irregular extemporânea por pedido explícito de votos e uso de palavras mágicas

	(equivalentes semânticos) em imagens e vídeo publicados em rede social.
TRE-MT; REl 60010279; Novo São Joaquim/MT, Relator: Clara da Mota Santos Pimenta Alves, Data de Julgamento: 11/11/21.	Reconhecida propaganda em período vedado, por divulgação de imagem em mídia social com alusão às eleições próximas, acompanhada de pedido de voto, aplicável a penalidade. Comprovado, também, prévio conhecimento do representado que não fez a publicação, mas dela se beneficiou, este deve também ser penalizado.
TRE-PB; REl 060024488; Uirauna/PB, Relator: Leandro dos Santos, Data de Julgamento: 21/10/21.	Apelos genéricos de apoio não configuram propaganda antecipada, tampouco convite a conhecer as propostas.
TRE-MG; REl 060100277-EDcl; Curvelo/MG, Relator: Itelmar Raydan Evangelista, Data de Julgamento: 01/09/2021.	Recurso não conhecido por intempestividade.
TSE - AREspE 06004103520206050042; Itaberaba - BA, Relator: Min. Mauro Campbell Marques, Data de Julgamento: 07/04/22.	É vedada veiculação de discurso eleitoral, conclamando ao voto, em período vedado.
TRE-RN; REl 060045853; Upanema/RN, Relatora: Érika De Paiva Duarte Tinoco, Data de Julgamento: 12/08/21.	Logo após convenção partidária, foi realizada uma carreata em apoio ao pré-candidato, com várias pessoas com vestes padronizadas e *jingles* eleitorais, havendo, inclusive, prévia convocação dos "futuros eleitores" pelas redes sociais. Pelo exposto, restou claro o intuito de alavancar a pré-candidatura,

	retirando a espontaneidade da manifestação, extrapolando os limites da propaganda intrapartidária, quebrando a isonomia entre os candidatos e evidenciando o prévio conhecimento dos candidatos quanto ao evento.
TRE-MS - REP 060002383; Campo Grande/MS, Relator: Alexandre Branco Pucci, Data de Julgamento: 07/03/22.	Os vídeos divulgados traziam pedido explícito de voto no discurso dos representados, além de expressa menção à pré-candidatura e ampla exposição do número que deve ser votado. Assim, na propaganda direcionada, não deve haver menção à números de partidos.
TRE-AL; REl 060007010; Campo Grande/AL, Relator: Eduardo Antonio de Campos Lopes, Data de Julgamento: 29/07/21.	É possível o direcionamento em rede social de propaganda eleitoral que veicule data de evento político, desde que não haja pedido expresso de voto.
TRE-PA; REl 000001797 Igarapé-Miri/PA, Relator: Álvaro José Norat de Vasconcelos, Data de Julgamento: 13/10/21.	A divulgação antecipada, em página da prefeitura, de postagens que exaltem feitos realizados pela administração, como se fossem do pré-candidato, com exaltação do seu nome, somado a divulgação de fotos e alusões a adesões políticas, configura propaganda antecipada. A ciência é presumida porquanto veiculadas na página da prefeitura e retiradas as propagandas por ela própria. No âmbito do neuromarketing, seria possível presumir ciência caso uma empresa seja contratada pela prefeitura antes do período eleitoral

	para disparar mensagens para eleitores indecisos.
TRE-MT; REl 60044961; Sorriso - MT, Relatora: Nilza Maria Pôssas De Carvalho, Data de Julgamento: 12/07/21.	No caso, ao divulgar em redes sociais vídeo com imagens da convenção partidária e postagem contendo as expressões "contar com cada companheiro e com cada companheira", os pré-candidatos realizam pedido explícito de votos e buscam incutir no seu público que contam com o voto dele. Apesar de se poder mencionar pretensa candidatura, exaltar qualidades pessoais dos pré-candidatos e divulgar posicionamento pessoal sobre questões políticas, as expressões não se limitam a levar ao conhecimento do eleitorado a pretensa candidatura, uma vez que de forma manifesta pedem o voto do eleitor.
TRE-PE; REl 060009706; Cupira/PE, Relator: Carlos Gil Rodrigues Filho, Data de Julgamento: 12/11/21.	A realização de passeata e carreata, com inerente organização e grande número de pessoas com cores padronizadas, alusão a número de candidatos e gestos políticos são atos de campanha eleitoral, caracterizando a sua utilização antecipada pedido explícito de voto e desequilíbrio na disputa do pleito. As circunstâncias e peculiaridades do caso revelam ser impossível que não soubessem dos eventos de campanha, em pequeno município do interior.

TRE-PA; REl 060009227; Itaituba/PA, Relatora: Carina Cátia Bastos Senna, Data de Julgamento: 21/09/21.	Emprego de estruturas linguísticas semelhantes ao uso de verbos no imperativo para levar o eleitor a votar no candidato.
TRE/MG; REl 060102724 Leandro Ferreira/MG, Relator: Luiz Carlos Rezende e Santos, Data de Julgamento: 20/10/21.	Acórdão não pertinente que tratava de suposta compra direta de votos.
TSE; REspE 060043776; Chapada do Norte/MG; Relator: Min. Sergio Silveira Banhos, Data de Julgamento: 07/04/22.	Segundo o acórdão, o pedido explícito não pode ser subentendido sobretudo porquanto haveria uma sobrevaloração da influência cognitiva atribuída a cores, símbolos, palavras de ordem e slogans. Tal entendimento, por sua vez, deve ser reconsiderado, haja vista a técnica do neuromarketing, capaz de, pela repetição de estímulos, incutir determinada candidatura nos eleitores.
TRE-PE; REl 060008322; Cupira/PE, Relator: Carlos Gil Rodrigues Filho, Data de Julgamento: 12/11/2021.	A realização de passeata e carreata, com evidente grau de organização e grande número de pessoas com padronização de cor de vestimenta, alusão a número de candidatos e gestos políticos caracterizam atos de campanha eleitoral, consistindo sua utilização antecipada em pedido explícito de voto e desequilíbrio na disputa do pleito. Evidencia-se desequilíbrio entre futuros candidatos diante da realização de atos típicos de campanha em período anterior ao autorizado.

TRE-PA; Consulta 060016130; Belém/PA, Relatora: Carina Cátia Bastos Senna, Data de Julgamento: 11/11/21.	Em outdoors meramente informativos. A divulgação de atos parlamentares encontra abrigo no ordenamento eleitoral (art. 36-A, IV, Lei 9.504/97), consistindo dever constitucional de prestação de contas à população. Não se confunde com propaganda eleitoral.
TRE-SE; REl 060029655-EDcl; Capela/SE; Relatora: Iolanda Santos Guimarães, Data de Julgamento: 29/07/21.	Não acolhimento dos aclaratórios.
TRE-PE; REl 060009096; Passira/PE, Relator: Carlos Gil Rodrigues Filho, Data de Julgamento: 15/10/21.	Publicações não abarcadas pelo permissivo legal, pois não restou comprovado a divulgação de seus atos como parlamentar. Não se vislumbra conteúdo informativo de ações políticas desenvolvidas por parlamentar, projetos de lei de sua autoria ou que os recursos aplicados nos serviços decorreram da atividade política. Antes, a divulgação visa propagar aos eleitores a realização de benesses à população, externando de forma prematura, a campanha eleitoral. Os atos indiciam captação ilícita de sufrágio. Resta patente a conotação eleitoral das publicações e a pretensão de confundir divulgações pessoais do candidato em período vedado como fruto de sua atuação como vereador. Os elementos do caso, em especial a utilização de imagens da entrega de benesses extrapola os limites legais para

	a propaganda pré-eleitoral e quebra a igualdade da disputa.
TSE; AREspE 060003750; Parauapebas/PA, Relator: Min. Edson Fachin, Data de Julgamento: 27/10/21.	Também configura propaganda eleitoral antecipada a campanha de "não voto", ou seja, levar o eleitor a não escolher outro candidato.
TRE-PA; REl 060028537; Placas/PA, Relator: Diogo Seixas Condurú, Data de Julgamento: 06/10/21.	Caracteriza-se o ilícito eleitoral quando utilizado meio proscrito durante o período oficial de propaganda, a exemplo de realização de evento com distribuição de bens. Daqui, depreende-se que a utilização do neuromarketing regulado não seria ilícita.
TRE-PI; RE 060014960; Simplício Mendes - PI, Relator: Thiago Mendes De Almeida Férrer, Data de Julgamento: 18/11/21.	Mera alusão a link de site governamental em rede social não configura, por si, ilícito eleitoral. Mesmo mencionando os feitos da gestão, se não houver identificação da gestão, que não tenha sido veiculado nos meios de comunicação oficiais, não tenha sido autorizado e financiado pela Prefeitura ou com recursos públicos, não há ilícito eleitoral. No neuromarketing, também deve haver essa separação entre Administração Pública e candidatura.
TRE-SE; REl 060034703-EDcl; Moita Bonita/SE, Relator: Raymundo Almeida Neto, Data de Julgamento: 19/08/21.	Acórdão impertinente.

Tabela 5- Acórdãos obtidos por meio de busca com a expressão-chave "mensagens eletrônicas".

Acórdão	Análise
TSE; REspE 060056139; Contagem/MG; Relator: Min. Sérgio Silveira Banhos, Data de Julgamento: 09/04/22.	Impertinente à dissertação porquanto a expressão-chave estava associada à citação feita por mensagens eletrônicas.
TSE; HCCrim 060012978; São Paulo/SP, Relator: Min. Benedito Gonçalves, Data de Julgamento: 07/04/22.	Impertinente porquanto tratava de habeas corpus impetrado por servidora impedida de entrar no TRE onde trabalhava, face à ausência de apresentação de comprovante de vacinação contra a COVID-19.
TRE/GO; REl 060076105 (decisão monocrática); Caldas Novas/GO, Relator: Des. Jeronymo Pedro Villas Boas, Data de Julgamento: 14/03/22.	Decisão impertinente, pois tratava de prestação de contas de campanha julgadas não apresentadas em decorrência da ausência de juntada de procuração.
TRE/RJ; REl 060007668; Cardoso Moreira/RJ, Relator: Des. Elton Martinez Carvalho Leme, Data de Julgamento: 13/03/22.	Acórdão impertinente, pois tratava de citação realizada por meio eletrônico, in casu, via WhatsApp.
TRE/RJ; MSCiv 060008446; Rio de Janeiro/RJ, Relator: Des. João Ziraldo Maia,	Acórdão impertinente, pois tratava de concessão de pensão por morte a viúvo de

Data de Julgamento: 10/03/22.	servidora.
TRE/GO; REl 060011340 (decisão monocrática); Goiânia/GO, Relator: Des. Márcio Antônio De Sousa Moraes Júnior, Data de Julgamento: 10/03/2022.	Decisão impertinente, pois tratava de nulidade de citação através de mensagem eletrônica face à ausência de tentativa de citação pelos outros meios previstos na Resolução TSE nº 23.607/2019.
TRE/RJ; MSCiv 060008531; Porto Real/RJ; Relator: Des. Luiz Paulo Da Silva Araujo Filho, Data de Julgamento: 09/03/22.	Decisão impertinente, haja vista ausência de exame do mérito em decorrência de não ser hipótese de impetração do *writ*. Outrossim, visava o mandado de segurança anular e desentranhar prova pericial na qual houve suposta violação da cadeia de custódia.
TRE/RO; REl 060028264; Porto Velho/RO; Relator: Des. Clênio Amorim Corrêa, Data de Julgamento: 08/02/22.	Caso em que foi realizada propaganda eleitoral em perfil do Instagram de candidato sem prévia comunicação do endereço eletrônico à Justiça Eleitoral. A pronta regularização não obsta a imposição de multa. Daqui, aduz-se ser necessária a indicação dos instrumentos se para utilização de perfis sociais é necessária prévia comunicação, tanto mais para o uso de ferramentas de neuromarketing.
TRE/PE; REl 060051652; Belo Jardim/PE, Relatora: Desa. Iasmina Rocha, Data de Julgamento: 21/01/22.	Acórdão impertinente porquanto o termo "mensagem eletrônica" estava associado à tentativa de citação e ausência de ciência inequívoca.
TRE/MT; REl 60065917; Itiquira/MT, Relator: Des. Gilberto Lopes Bussiki, Data de Julgamento: 26/01/22.	Acórdão impertinente por tratar de arquivo eletrônico ilegível por incompatibilidade.

TRE/RS; REl 060063490; Capão da Canoa/RS, Relatora: Desa. Kalin Cogo Rodrigues, Data de Julgamento: 25/01/22.	Acórdão impertinente por tratar de prestação de contas na qual houve alegado erro de transmissão e ausência de juntada de procuração.
TRE/RS; REl 060064789; Capão da Canoa/RS; Relatora: Desa. Kalin Cogo Rodrigues, Data de Julgamento: 27/01/22.	Acórdão impertinente por tratar de prestação de contas na qual houve falha de representação.
TRE/DF; Matéria Administrativa 001040087; Brasília/DF, Relator: Humberto Adjuto Ulhôa, Data de Julgamento: 28/01/22.	Excluído, pois dispõe sobre as atribuições, atividades e estrutura administrativa da Ouvidoria Regional Eleitoral do Distrito Federal.
TRE/RS; REl 060064097; Capão da Canoa/RS; Relatora: Desa. Kalin Cogo Rodrigues, Data de Julgamento: 27/01/22.	Acórdão excluído, pois tratava de citação realizada por meio de mensagem eletrônica com suposta ausência de recebimento.
TRE/RS; REl 060063490; Capão da Canoa/RS; Relatora: Desa. Kalin Cogo Rodrigues, Data de Julgamento: 25/01/22.	Acórdão impertinente por tratar de prestação de contas na qual houve falha de representação.
TRE/RS; REl 060064789; Capão da Canoa/RS, Relatora: Desa. Kalin Cogo Rodrigues, Data de Julgamento: 27/01/22.	Acórdão impertinente por tratar de prestação de contas na qual houve falha de representação.
TRE/MT; REl 60019787; Cuiabá/MT, Relator: Des. Luiz Otávio de Oliveira Saboia Ribeiro, Data de Julgamento: 14/12/21.	É permitida a simples exposição de matéria que envolva realizações de governo, sendo, porém, vedado o uso do aparato estatal.
TRE/MT; REl 60079591; Várzea Grande/MT, Relator: Des. Luiz Otávio de Oliveira Saboia Ribeiro, Data de Julgamento: 14/12/21.	Acórdão impertinente em razão do termo "mensagem eletrônica" estar associado à forma de citação.

TRE/PE; REl 060033791; Brejo da Madre de Deus/PE, Relatora: Desa. Iasmina Rocha, Data de Julgamento: 17/12/21.	Muito embora trate de postagem em rede social pejorativa a determinado candidato, a matéria de fundo consistia em cabimento ou não de sanção pecuniária, incabível, no caso, por ausência de previsão legal.
TRE/GO; REl 060064652; Trindade/GO, Relator: Des. Vicente Lopes da Rocha Júnior, Data de Julgamento: 15/12/21.	Acórdão impertinente em razão do termo "mensagem eletrônica" estar associado à forma de citação.
TRE/MT; REl 60053156; Cuiabá/MT, Relator: Des. Gilberto Lopes Bussiki, Data de Julgamento: 06/12/21.	Acórdão impertinente em razão do termo "mensagem eletrônica" estar associado à forma de citação.
TRE/MT; REl 60061316; Jaciara/MT, Relator: Des. Gilberto Lopes Bussiki, Data de Julgamento: 11/11/21.	Acórdão impertinente, pois tratava de pedido de direito de resposta posteriormente à realização das eleições.
TRE/PA; REl 060032432; Novo Repartimento/PA, Relator: Des. Rafael Fecury Nogueira, Data de Julgamento: 27/10/21.	Críticas ácidas, sarcásticas ou irônicas não ofendem a honra ou a dignidade de candidato, pois, em disputa eleitoral, ele se submete a uma maior exposição e críticas, não sendo aplicável o filtro cabível ao particular em relação à intimidade, sobretudo quando as publicações possuem questionamentos à sua atuação política, não, sua vida privada. Para o neuromarketing, tem-se que é possível a veiculação de notícias verídicas que sirvam de base para críticas políticas.
TRE/GO; REl 060075638 (decisão monocrática); Portelândia/GO, Relator: Des. Vicente Lopes da Rocha Júnior, Data de	Acórdão impertinente em razão do termo "mensagem eletrônica" estar associado à forma de citação.

Julgamento: 04/11/21.	
TRE/GO; REl 060075116 (decisão monocrática); Portelândia/GO, Relator: Des. Vicente Lopes da Rocha Júnior, Data de Julgamento: 04/11/21.	Acórdão impertinente em razão do termo "mensagem eletrônica" estar associado à forma de citação.
TRE/GO; REl 060075990 (decisão monocrática); Portelândia/GO; Relator: Des. Márcio Antônio De Sousa Moraes Júnior, Data de Julgamento: 03/11/21.	Acórdão impertinente em razão de se tratar de prestação de contas e porque o termo "mensagem eletrônica" está associado à forma de citação.
TRE/GO; REl 060073868; Novo Gama/GO, Relator: Des. José Proto de Oliveira, Data de Julgamento: 03/11/21.	Acórdão impertinente em razão do termo "mensagem eletrônica" estar associado à forma de citação.
TRE/RJ; Ação Especial 060786039; Rio de Janeiro/RJ; Relator: Des. Cláudio Luis Braga Dell Orto, Data de Julgamento: 03/11/21.	Acórdão impertinente por tratar migração de sistema e retotalização de votos nas eleições de 2018.
TSE; AREspE 060068417; Irati/PR, Relator: Min. Sérgio Silveira Banhos, Data de Julgamento: 25/10/21.	Muito embora o pedido no agravo tenha sido julgado improcedente, foi consignada a necessidade de comunicação prévia à Justiça Eleitoral aplicações semelhantes que envolvam mensagens instantâneas. Independente do conteúdo e do prejuízo, deve haver prévia comunicação. Raciocínio análogo é aplicável ao neuromarketing, confirmando o uso da técnica, não o conteúdo das mensagens, que consistiria em censura.
TRE/PE; REl 060025253; Bonito/PE, Relatora: Desa. Iasmina Rocha, Data de Julgamento: 22/10/21.	No caso, houve extrapolação do direito à liberdade de expressão, com a atribuição de termos caluniadores (por exemplo, "ladrão").

	Para o neuromarketing, seria aplicável a mesma restrição, não podendo ser atribuídos ao candidato imputações jurídicas negativas. Contudo, imputações factuais, lastreadas em documentos comprobatórios, mesmo que negativas, podem ser veiculadas.
TRE/DF; MADM 000386375; Brasília/DF, Relator: Humberto Adjunto Ulhôa, Data de Julgamento: 20/10/21.	Excluído por se tratar de matéria administrativa, qual seja, fixação do Regulamento Geral do TRE/DF.
TRE/PB; REl 060047794; Puxinantis/PB, Relator: Des. Arthur Monteiro Lins Fialho, Data de Julgamento: 21/10/21.	Acórdão impertinente em razão do termo "mensagem eletrônica" estar associado à forma de citação.
TRE/MT; REl 60036316; Jangada/MT, Relator: Des. Bruno D'Oliveira Marques, Data de Julgamento: 19/10/21.	Acórdão impertinente por se tratar de prestação de contas.
TRE/MT; REl 60092874; Nova Olímpia/MT, Relator: Des. Bruno D'Oliveira Marques, Data de Julgamento: 01/10/21.	Acórdão impertinente em razão do termo "mensagem eletrônica" estar associado à forma de citação.
TRE/DF; Prestação de Contas-EDcl 060240444; Brasília/DF, Relator: Des. José Jacinto Costa Carvalho, Data de Julgamento: 29/09/21.	Aclaratórios rejeitados pois o acórdão não padecia de qualquer dos vícios autorizadores para oposição do recurso. O acórdão embargado, por sua vez, tratava de captação de receitas sem a regular comprovação, não sendo, assim, pertinente.
TRE/MG; REl 060122175; Onça de Pitangui/MG, Relator: Des. Itelmar Raydan Evangelista, Data de Julgamento: 22/09/21.	Veiculação de imagem de imóvel público em rede social com suposta intenção eleitoral. Não comprovação de intenção eleitoral face à ausência de uso do aparato estatal voltado à

	obtenção de votos.
TRE/PA; REl 060042073; Rio Maria/PA, Relator: Des. Diogo Seixas Condurú, Data de Julgamento: 14/09/21.	Neste acórdão, é reiterado que críticas severas não configuram propaganda negativa, não atraindo tutela imediata da Justiça Eleitoral face à ausência de desequilíbrio entre os candidatos. Insultos pessoais e ofensas graves (por exemplo, através de calúnia ou associação de vitória de um candidato com cenários socioeconômicos desfavoráveis) configuram propaganda negativa, pois criam um ambiente de debate político negativo ao indivíduo alvo das críticas.
TRE/PI; REl 060004584; João Costa/PI, Relator: Thiago Mendes de Almeida Férrer, Data de Julgamento: 23/09/21.	Acórdão impertinente por se tratar de transferência de domicílio eleitoral.
TRE/PI; Prestação de Contas-AgRg-EDcl 060148719; Teresina/PI, Relator: Des. Erivan José da Silva Lopes, Data de Julgamento: 28/09/21.	Acórdão impertinente por ter tratado apenas da ausência dos requisitos autorizadores à oposição de aclaratórios. Ademais, a matéria de fundo tratava de parcelamento de dívida eleitoral.
TRE/MS; Processo Administrativo 513223; Camapuã/MS, Relator: Des. Paschoal Carmello Leandro, Data de Julgamento: 16/09/21.	Acórdão impertinente, pois apenas fixou a data para eleição suplementar para prefeito e vice-prefeito e aprovou instruções e o respectivo calendário.
TRE/MG; REl 060101255; Conceição do Pará/MG; Relator: Des. Itelmar Raydan Evangelista; Data de Julgamento: 01/09/21.	Acórdão impertinente por tratar de fraude eleitoral através de candidaturas femininas fictícias.

TRE/MG; REl 060101862; Conceição do Pará/MG, Relator: Des. Itelmar Raydan Evangelista, Data de Julgamento: 01/09/21.	Acórdão impertinente por tratar de fraude eleitoral através de candidaturas femininas fictícias.
TRE/MG; REl 060039417; Juiz de Fora/MG, Relator: Desa. Patrícia Henriques Ribeiro; Data de Julgamento: 01/09/21.	Acórdão impertinente no qual um policial militar aparece em propaganda eleitoral fardado. No caso, por consistir a farda um bem público, há a vedação ao seu uso em contexto eleitoral. Até porque é vedado à Polícia Militar, representada no fardamento, associar-se à campanha eleitoral.
TRE/PE; PA 060014410; Recife/PE, Relator: Des. Humberto Costa Vasconcelos Júnior, Data de Julgamento: 10/09/21.	Excluído por tratar de conversão em pecúnia de saldo de banco de horas.
TRE/MG; REl 060008373; Alfenas/MG; Relator: Des. Itelmar Raydan Evangelista, Data de Julgamento: 08/09/21.	Acórdão impertinente por tratar de concessão de direito de resposta e aplicação de multa, não acumuláveis nos termos do art. 4º, Resolução 23.608/2019.
TRE/MG; REl 060065539; Raul Soares/MG, Relator: Des. Itelmar Raydan Evangelista, Data de Julgamento: 01/09/21.	Acórdão impertinente por tratar de propaganda irregular decorrente de suposto anonimato, não caracterizado no caso.
TRE/MT; REl 60020564; Acorizal/MT, Relatora: Desa. Nilza Maria Pôssas de Carvalho, Data de Julgamento: 01/09/21.	Acórdão impertinente que trata exclusivamente de prestação de contas.
TRE/PA; REl 060011445; Breves/PA, Relator: Des. Edmar Silva Pereira, Data de Julgamento: 10/08/21.	No acórdão, foi consignado que não haveria razão para a Justiça Eleitoral intervir, haja vista que a matéria na qual teria havido propaganda irregular tratava de situação irregular factual sem que houvesse, porém,

	referência a candidatura ou partido específicos.
TRE/PA; REl 060027622; Alenquer/PA, Relator: Des. Diogo Seixas Condurú, Data de Julgamento: 12/08/21.	A propaganda eleitoral negativa configura-se quando houver recomendação de "não voto" em determinada candidatura, com críticas que atentem contra a honra e a imagem. A mera exposição de fatos indesejados de interesse social não consiste em propaganda negativa.
TRE/PB; REl 060055296; Teixeira/PB; Relator: Des. Arthur Monteiro Lins Fialho, Data de Julgamento: 19/08/21.	Acórdão impertinente, pois tratava apenas de prestação de contas julgadas não prestadas por ausência de instrumento procuratório.
TRE/MG; REl 060022106; Uberlândia/MG, Relator: Marcos Lourenço Capanema de Almeida, Data de Julgamento: 11/08/21.	Excluído por já ter sido analisado na Tabela 5, para a qual se remete.
TRE/MT; REl 60066391; Confresa/MT, Relator: Bruno D'Oliveira Marques, Data de Julgamento: 12/08/21.	Acórdão impertinente por tratar de realização de obras públicas com suposta finalidade eleitoral, porém que já haviam sido iniciadas em momento anterior às eleições.
TRE/DF; PC 060240444; Brasília/DF, Relator: Des. José Jacinto Costa Carvalho, Data de Julgamento: 09/08/21.	Acórdão impertinente por tratar de desaprovação de contas em decorrência de intempestividade no envio de relatórios financeiros, ausência de informações na prestação de contas parcial, omissão de despesa eleitoral, recursos de origem não identificada e captação de receitas estimáveis em dinheiro sem a emissão de recibos eleitorais e sem o regular registro na prestação de contas.

	referência a candidatura ou partido específicos.
TRE/PA; REl 060027622; Alenquer/PA, Relator: Des. Diogo Seixas Condurú, Data de Julgamento: 12/08/21.	A propaganda eleitoral negativa configura-se quando houver recomendação de "não voto" em determinada candidatura, com críticas que atentem contra a honra e a imagem. A mera exposição de fatos indesejados de interesse social não consiste em propaganda negativa.
TRE/PB; REl 060055296; Teixeira/PB; Relator: Des. Arthur Monteiro Lins Fialho, Data de Julgamento: 19/08/21.	Acórdão impertinente, pois tratava apenas de prestação de contas julgadas não prestadas por ausência de instrumento procuratório.
TRE/MG; REl 060022106; Uberlândia/MG, Relator: Marcos Lourenço Capanema de Almeida, Data de Julgamento: 11/08/21.	Excluído por já ter sido analisado na Tabela 5, para a qual se remete.
TRE/MT; REl 60066391; Confresa/MT, Relator: Bruno D'Oliveira Marques, Data de Julgamento: 12/08/21.	Acórdão impertinente por tratar de realização de obras públicas com suposta finalidade eleitoral, porém que já haviam sido iniciadas em momento anterior às eleições.
TRE/DF; PC 060240444; Brasília/DF, Relator: Des. José Jacinto Costa Carvalho, Data de Julgamento: 09/08/21.	Acórdão impertinente por tratar de desaprovação de contas em decorrência de intempestividade no envio de relatórios financeiros, ausência de informações na prestação de contas parcial, omissão de despesa eleitoral, recursos de origem não identificada e captação de receitas estimáveis em dinheiro sem a emissão de recibos eleitorais e sem o regular registro na prestação de contas.

TRE/PB; REl 060048603; Conde/PB; Relator: Des. Arthur Monteiro Lins Fialho; Data de Julgamento: 09/08/21.	Acórdão impertinente, pois envolvia desaprovação de contas em razão de quitação de despesas eleitorais por terceiros cujos recursos não transitaram pela conta bancária de campanha.
TRE/PA; REl 060048544; Rurópolis/PA, Relator: Des. Rafael Fecury Nogueira, Data de Julgamento: 29/07/21.	Todo e qualquer instrumento de propaganda eleitoral (por exemplo, perfis em redes sociais, mas também ferramentas de neuromarketing) devem ser informadas à Justiça Eleitoral, não elidindo essa obrigação o fato do próprio candidato mantê-las.
TRE/PA; REl 060019656; Senador José Porfírio/PA; Relator: Des. José Maria Teixeira do Rosário, Data de Julgamento: 29/07/21.	Excluído por já ter sido analisado na Tabela 5, para a qual se remete.
TRE/PI; PC 060148719 (decisão monocrática); Teresina/PI, Relator: Erivan José da Silva Lopes, Data de Julgamento: 02/08/21.	Acórdão impertinente por tratar de preclusão lógica em sede de acordo para parcelamento dos valores devidos em decorrência de contas desaprovadas.
TRE/MT; PC 60059707-EDcl; Cuiabá/MT, Relator: Gilberto Lopes Bussiki, Data de Julgamento: 29/07/21.	Acórdão excluído por tratar de nulidade de citação na qual não houve tentativa de triangulação processual com a sede do partido, por exemplo.
TRE/ES; REl 060054116; Guaçuí/ES, Relator: Renan Sales Vanderlei, Data de Julgamento: 19/07/21.	Apresenta o critério de contextualização da verossimilhança para a verificação dos limites da crítica política, tornando o fato inverídico e potencialmente ofensivo. Ou seja, quando não houver inserção da notícia (*in casu*, da fala) no contexto em que

	publicada ou proferida, haverá extrapolação do limite da crítica política.

Tabela 6- Pesquisa pela palavra-chave "impulsionamento".

NÚMERO	ACÓRDÃO	ANÁLISE
1	TRE/RR; REl 060086185; Boa Vista/RR; Relator: Des. Leonardo Pache de Faria Cupello, Data de Julgamento: 07/04/22.	REspEl inadmitido por ausência de prequestionamento.
3	TSE; REspEl 060007963; Mossoró/RN, Relator: Min. Benedito Gonçalves, Data de Julgamento: 07/04/22.	REspEl ao qual se negou provimento por impossibilidade de revolvimento do conteúdo fático-probatório para eventual averiguação de que as propagandas veiculadas na internet não causariam dano à isonomia do pleito.
4	TRE/RS; RE: 060028747; Itaqui/RS; Relator: Amadeo Henrique Ramella Buttelli; Data	Impertinente pois a matéria de fundo tratava de prestação de contas ao final aprovadas com

	de Julgamento: 05/04/22.	ressalva.
5	TSE; AREspEl 060015236; Fortaleza/CE; Relator: Min. Carlos Horbach, Data de Julgamento: 24/03/22.	Impertinente pois tratava de ausência do CNPJ, de forma legível, do responsável pelo impulsionamento de conteúdo.
6	TRE-PR - PC-PP: 06003886820186160000 CURITIBA - PR 060038868, Relator: Des. Wellington Emanuel Coimbra De Moura, Data de Julgamento: 28/03/2022	Impertinente, pois tratava, entre outras irregularidades contábeis, da não demonstração de correlação de gastos de dinheiro público com a atividade partidária.
7	TSE; RO-El: 060081868; Aracaju/SE, Relator: Min. Sérgio Silveira Banhos, Data de Julgamento: 24/03/22.	Impertinente, pois tratava de cassações de mandatos eletivos com espeque em uso de recursos ilícitos e interposição de supostos doadores sem capacidade financeira correspondente.
8	TSE - RO-El 060157647-EDcl; Aracaju/SE; Relator: Min. Sérgio Silveira Banhos, Data de Julgamento: 24/03/22.	Impertinente, pois tratava de cassações de mandatos eletivos com espeque em uso de recursos ilícitos e interposição de supostos doadores sem capacidade financeira correspondente.
9	TSE; REspEl 060060337; Taubaté/SP; Relator: Min. Benedito Gonçalves, Data de Julgamento: 17/03/22.	Impertinente porque tratava da aplicação ou não da multa prevista no art. 57-D, Lei nº 9.504/97, em função do anonimato na divulgação de

		informação ofensiva ou inverídica.
10	TRE/PR; REl 060094217; São José dos Pinhais/PR; Relator: Des. Carlos Mauricio Ferreira, Data de Julgamento: 24/03/22.	Impertinente por tratar de irregularidades em prestação de contas com impulsionamento de conteúdo em rede social.
11	TRE/GO; Ag. 060107607; Aparecido de Goiânia/GO, Relator: Des. Juliano Taveira Bernardes, Data de Julgamento: 21/03/22.	Impertinente pois tratava de prestação de contas com recebimento e uso de recursos de fonte vedada.
12	TRE/MG; REl 060038905; Uberlândia/MG; Relator: Desa. Patrícia Henriques Ribeiro, Data de Julgamento: 11/03/22.	Trata-se de impulsionamento de propaganda em rede social considerada irregular face à ausência da expressão "propaganda eleitoral". Disto, pode-se aduzir a necessidade de identificação quando forem usadas, por exemplo, mensagens subliminares.
13	TRE/GO; REl 060101294; Aparecida de Goiânia/GO; Relator: Des. Márcio Antônio De Sousa Moraes Júnior, Data de Julgamento: 14/03/22.	Impertinente, pois tratava dos documentos hábeis à prestação de contas.
14	TRE/DF; Prestação de contas 060216370; Brasília/DF; Relator: João Batista Gomes Moreira, Data de Julgamento:	Impertinente, pois tratava de pequenas impropriedades que não comprometiam a regularidade das contas.

	08/03/22.	
15	TRE/GO; REl 060082583; Trindade/GO, Relator: Des. Vicente Lopes da Rocha Júnior, Data de Julgamento:07/03/22.	Inicial inepta por ausência de indicação de meio apto a identificar o endereço da postagem, contendo, apenas, "prints" das imagens nas redes sociais.
18	TRE/DF; P.Cont 060201814; Brasília/DF, Relator: Robson Barbosa de Azevedo, Data de Julgamento: 09/02/22.	Impertinente porquanto trata de falhas irrelevantes no contexto de prestação de contas e que não impediam a identificação das transações.
19	TSE; AREspEl 060570738; São Paulo/SP, Relator: Min. Edson Fachin, Data de Julgamento: 21/02/22.	Impertinente, pois tratava de desaprovação de contas em que o impulsionamento de conteúdo aparece atrelado à desnecessidade de devolução de valores.
20	TRE/PR; REl 060033486; Ponta Grossa/PR, Relator: Des. Carlos Maurício Ferreira, Data de Julgamento: 21/02/22.	Impertinente, pois tratava de uso de recursos de campanha para pagamento de despesas pessoais.
21	TRE/RR; RP 060001503; Boa Vista/RR; Relator: Des. Bruno Hermes Leal, Data de Julgamento: 21/02/22.	No caso, houve divulgação, em rede social oficial de órgão público, de suposta pesquisa eleitoral favorável a candidato.
22	TRE/DF; PCont 060310687 Brasília/DF, Relator: Renato Rodovalho Scussel, Data de	Impertinente por tratar exclusivamente de desaprovação

	Julgamento: 15/02/22.	de contas.
23	TRE/GO; REl 060021114; Goiânia/GO, Relator: Des. Jeronymo Pedro Villas Boas, Data de Julgamento: 17/02/22.	Impertinente por tratar de desaprovação de contas devido à omissão de gastos eleitorais.
24	TSE; REspEl 060060575; Americano/SP, Relator: Min. Benedito Gonçalves, Data de Julgamento: 10/02/22.	Tratava o acórdão de impulsionamento contratado não para benefício próprio, mas para prejudicar adversário por meio de crítica ao histórico profissional e partidário.
25	TRE/DF; PCont. 060231606; Brasília/DF; Relator: Fabrício Fontoura Bezerra, Data de Julgamento: 07/02/22.	Impertinente, pois tratava estritamente de prestação de contas, por exemplo, erro material na identificação do doador.
26	TRE/RS; REl 060064588; Passo Fundo/RS, Relator: Francisco José Moesch, Data de Julgamento: 08/02/22.	Impertinente por tratar de comprovação de despesas com propaganda eleitoral na internet.
27	TRE/RS; REl 060028885; Gravataí/RS, Relator: Francisco José Moesch, Data de Julgamento: 03/02/22.	Impertinente por tratar de uso de recurso de origem não identificada.
28	TRE/SE; REl 060061793; Pedrinhas/SE, Relator: Des. Carlos Pinna De Assis Junior, Data de Julgamento: 08/02/22.	Impertinente por tratar de desaprovação de contas face à existência de dívida de campanha não quitada ou não assumida pela

		agremiação.
31	TRE/MT; REl 60017561; Cuiabá/MT, Relator: Pérsio Oliveira Landim, Data de Julgamento: 01/02/22.	Impertinente por tratar de contratação de despesas com impulsionamento não efetivamente utilizadas.
32	TRE/RR; Representação Especial 060001685; Boa Vista/RR, Relator: Des. Luiz Alberto de Morais Júnior, Data de Julgamento: 31/01/22	Tratava-se do uso da estrutura pública (inclusive, a página oficial do Governo) para produção de suposto material de promoção pessoal. Contudo, foi decidido que as divulgações eram voltadas à informação da população.
34	TRE/DF; P. Contas 060234386; Brasília/DF, Relator: Renato Gustavo Alves Coelho, Data de Julgamento: 25/01/22.	Impertinente por tratar de erros materiais em prestação de contas nos quais, ao fim, representavam montante insignificante comparado ao total despendido.
35	TRE/GO; REl 060052383; Caldas Novas/GO, Relator: Des. Márcio Antônio De Sousa Moraes Júnior, Data de Julgamento: 25/01/22.	Recurso no qual não havia prova da anuência do beneficiário da propaganda impulsionada contratada por pessoa física.
38	TRE/GO; REl 060103736; Caldas Novas/GO; Relator: Des. Márcio Antônio De Sousa Moraes Júnior. Data de Julgamento: 16/12/21.	Recurso que tratava de propaganda irregular face à ausência de identificação enquanto propaganda eleitoral no anúncio ou nos detalhes deste. Foi fixada multa no mínimo e

		consignou-se que a candidata é responsável pela irregularidade na propaganda eleitoral, mesmo que a empresa responsável tenha sido contratada no decurso da campanha.
40	TRE/PE; REl 060075510; Cortês/PE, Relator: Mariana Vargas Cunha de Oliveira Lima, Data de Julgamento: 17/12/21.	Em que pese haver vídeo caluniando detentor de mandato eletivo, o que ultrapassa os limites da liberdade de expressão e da crítica política, não houve condenação por propaganda extemporânea face à ausência de lastro probatório suficiente.
41	TRE/PE; REl 060002615; TABIRA - PE, Relator: Mariana Vargas Cunha de Oliveira Lima, Data de Julgamento: 06/12/21.	É vedado ao agente público, no trimestre que antecede o pleito, autorizar, custear e divulgar, em ambiente institucional, material publicitário do governo local. Tal ilicitude é objetiva, face à improbabilidade do chefe do Executivo, responsável pelo conteúdo da página oficial da Administração.
42	TRE/MS; REspEl 060004859; Campo grande/MS; Relator: Daniel Castro Gomes da Costa, Data de Julgamento: 15/12/21.	Embora inadmitido em razão da vedação de revolvimento de matéria fática-probatória, trata-se de acórdão em que restou consignada a vedação do impulsionamento de conteúdo negativo em redes sociais.

43	TRE/MT; REl 60056554; São Félix do Araguaia/MT, Relatora: Desa. Clara da Mota Santos Pimenta Alves, Data de Julgamento: 08/12/21.	Impertinente por tratar de prestação de contas nas quais foi determinada a devolução de quantias relacionadas à excessiva quantidade de combustível adquirida na véspera do pleito.
45	TRE/MS; REl 060095337 Campo Grande/MS, Relator: Des. Daniel Castro Gomes da Costa, Data de Julgamento: 13/12/21.	Impertinente, pois tratava do impulsionamento de conteúdo em rede social de forma tangencial, atrelada à ausência de comprovação de pagamento.
46	TRE/MS; REl 060106251; Campo Grande/MS; Relator: Des. Daniel Castro Gomes da Costa, Data de Julgamento: 13/12/21.	Impertinente por tratar de julgamento de contas relacionadas a despesas contratadas com empresa inativa na Receita Federal e omissão de gastos eleitorais.
47	TRE/MT; REl 60053704; Rondonópolis/MT, Relator: Des. Jackson Francisco Coleta Coutinho, Data de Julgamento: 06/12/21.	Impertinente porquanto o uso da rede social está associado a recursos que não transitaram em conta bancária.
49	TRE/ES; REl 060007845; Vila Velha/ES, Relator: Lauro Coimbra Martins, Data de Julgamento: 10/11/21.	Impertinente, pois não houve formação do contraditório sobre o mérito das representações que deram origem ao recurso.
50	TRE/PE; REl 060053905 Verdejante/PE, Relator: Francisco Roberto Machado,	Recurso impertinente, pois não havia, no caso, lastro probatório suficiente em relação à suposta

	Data de Julgamento: 02/12/21.	divulgação de fatos inverídicos que comprometesse a isonomia entre os candidatos.
51	TRE/SE; REl 060060173; Moita Bonita/SE, Relator: Iolanda Santos Guimarães, Data de Julgamento: 30/11/21.	Acórdão em que os fatos aparentavam tratar de matéria relacionada ao uso do aparato público. Porém, haja vista o indeferimento da inicial na origem, os autos foram remetidos para prosseguir na instrução.
52	TRE/MT; REl 60074552; Lucas do Rio Verde/MT, Relatora: Desa. Clara da Mota Santos Pimenta Alves, Data de Julgamento: 25/11/21.	Impertinente por tratar de desaprovação de contas que, ao final, não comprometeram a fiscalização.
53	TRE/MS; REl 060056176; Três Lagoas/MS, Relator: Monique Marchioli Leite, Data de Julgamento: 30/11/21.	Impertinente por tratar de desaprovação de contas nas quais houve confusão entre recursos públicos e privados.
55	TSE; AREspEl 060027487; Porto Velho/RO, Relator: Min. Edson Fachin, Data de Julgamento: 25/11/21.	Impertinente por não ter sido admitido o apelo especial eleitoral face ao alinhamento entre a decisão recorrida e a jurisprudência do TSE.
56	TRE/PA; REl 060014641; Tomé-Açú/PA, Relator: Des. Edmar Silva Pereira, Data de Julgamento: 18/11/21.	No acórdão, constava vídeo com crítica de cunho político, sem extrapolação da liberdade de pensamento.
58	TRE/PA; R.Crim. 000011584;	Impertinente por tratar de crime

	Santa Izabel do Pará/PA, Relator: Des. Diogo Seixas Condurú, Data de Julgamento: 19/08/21.	de corrupção eleitoral.
60	TRE/PE; REl 060003316; Petrolina/PE, Relatora: Desa. Mariana Vargas Cunha de Oliveira Lima, Data de Julgamento: 12/11/21.	Mensagem que atribui ilícito à pré-candidato sem elemento probante algum caracteriza propaganda negativa, equivalente a pedido explícito de "não-voto".
62	TRE/ES; REl 060007930; Vila Velha/ES, Relator: Des. Lauro Coimbra Martins, Data de Julgamento: 10/11/21.	Impertinente, pois, na origem, o processo foi extinto sem resolução do mérito por suposta litispendência, inexistente face à abrangência de públicos distintos.
64	TRE/DF; P. Contas 060235418; Brasília/DF, Relator: Des. Renato Rodovalho Scussel, Data de Julgamento: 05/11/21.	Impertinente por tratar de omissão de despesa eleitoral de valor irrisório e erro material no registro das contas eleitorais.
66	TRE/PE; RE: 060041308 GOIANA - PE, Relatora: Desa. Iasmina Rocha, Data de Julgamento: 15/10/21.	Impertinente por tratar de prestação de contas em que houve divergências em relação ao beneficiário do pagamento efetuado com recursos do fundo de campanha.
67	TRE/MG; REl 060041674 Guanhães/MG, Relatora: Desa. Patrícia Henriques Ribeiro,	O acórdão que tratava de impulsionamento de conteúdos identificados como tal e

	Data de Julgamento: 27/10/21.	contratados pelas pessoas jurídicas autorizadas, o que é lícito, independente se o indivíduo é candidato ou pré-candidato.
68	TRE/MG; REl 060040368; Contagem/MG, Relator: Des. Maurício Torres Soares, Data de Julgamento: 19/10/21.	Impertinente por tratar de contas aprovadas com ressalvas em função, entre outros, de não comprovação de que os pagamentos posteriores às eleições referem-se a serviços contratados antes do pleito.
69	TRE/MS; REl 060048660; Nova Alvorada do Sul/MS, Relator: Des. Alexandre Branco Pucci, Data de Julgamento: 26/10/21.	Impertinente por tratar de julgamento de contas ao final aprovadas em que o termo pesquisado aparece atrelado à emissão de notas fiscais.
70	TRE/MS; REl 060096296; Campo Grande/MS; Relator: Des. Alexandre Branco Pucci, Data de Julgamento: 26/10/21.	Trata-se de julgamento de contas de campanha em que o impulsionamento estava associado ao preenchimento com CPF de boleto, possibilitando rastreio.
72	TRE/MG; REl 060041393; Campos Gerais/MG, Relator: Des. Marcelo Paulo Salgado, Data de Julgamento: 19/10/21.	Impertinente, pois trata, entre outros, de valores irregulares referentes a impulsionamento de propagandas. Contudo, o acervo probatório era insuficiente e as irregularidades contábeis, de pouca monta.

74	TRE/MG; REl 060000131; Campos Gerais/MG, Relator: Marcelo Paulo Salgado, Data de Julgamento: 19/10/21.	Impertinente por tratar de irregularidades contábeis ou em captação de recursos eleitorais, as quais, entretanto, não comprometeram a higidez do pleito.
75	TSE; REspEl-Ag. 060060575; Americana/SP, Relator: Min. Luis Felipe Salomão, Data de Julgamento: 24/10/21.	Trata-se de impulsionamento de conteúdo na internet com teor crítico acerca do histórico profissional e partidário, o que é vedado.
76	TRE/PI; P. Contas 060041878; Teresina/PI, Relator: Des. Erivan José da Silva Lopes, Data de Julgamento: 19/10/21.	Impertinente por se tratar de prestação de contas envolvendo, entre outras, divergências entre as informações lançadas nas contas parciais e finais.
77	TRE/MT; REl 60060621-EDcl; São Félix do Araguaia/MT, Relator: Des. Armando Biancardini; Data de Julgamento: 13/10/21.	Impertinente, pois, além do pedido nos aclaratórios haver sido desprovido, a matéria de fundo tratava de gasto desproporcional com combustível na antevéspera da eleição.
78	TRE/MG; REl 060111526-EDcl, Wenceslau Braz/MG, Relator: Des. Luiz Carlos Rezende e Santos, Data de Julgamento: 29/09/21.	Impertinente, pois a matéria de fundo tratava de suposto abuso de poder político do presidente e do Vice de Câmara de Vereadores em favor de suas candidaturas.

80	TRE/MT; REl 60054141 Rondonópolis/MT, Relator: Gilberto Lopes Bussiki, Data de Julgamento: 06/10/21.	Impertinente por tratar de prestação de contas em que foi observada classificação errônea, sendo mero erro formal.
82	TRE/MG; REl 060000514; Morro do Pilar/MG, Relator: Des. Maurício Torres, Data de Julgamento: 05/10/21.	Impertinente por tratar de prestação de contas de campanha.
83	TRE/SP; P. Crim. 060718921; São Paulo/SP, Relator: Des. Manuel Pacheco Dias Marcelino, Data de Julgamento: 30/09/21.	Impertinente por tratar de prestação de contas aprovadas com ressalva face à pouca monta das despesas.
84	TRE/RN; CC 060005246; Natal/RN, Relatora: Desa. Érika Tinoco, Data de Julgamento: 07/10/21.	Muito embora o crime tipificado fosse o impulsionamento de conteúdo indevido, o acórdão tratava de identificação de juízo competente em função do local da consumação do crime. Por essa razão, impertinente o acórdão.
85	TRE/PE; REl 060021270; Recife/PE, Relatora: Desa. Mariana Vargas Cunha, Data de Julgamento: 24/09/21.	Acórdão em que restou caracterizado impulsionamento de propaganda negativa na internet.
86	TRE/SP; P.Crim. 060591352-EDcl. São Paulo/SP, Relator: Des. Afonso Celso da Silva, Data de Julgamento: 30/09/21.	Impertinente por tratar o acórdão embargado de prestação de contas.

87	TRE/MG; REl 060036933; Piracema/MG, Relator: Des. Marcelo Salgado, Data de Julgamento: 28/09/21.	Impertinente por tratar de prestação de contas ao final aprovadas com ressalvas.
88	TRE/MG; REl 060018592; Conceição dos Ouros/MG, Relator: Des. Marcos Lourenço, Data de Julgamento: 28/09/21.	Impertinente, porquanto, embora tratasse de suposta propaganda eleitoral negativa, não havia, nos autos, meio de prova admitido em direito.
89	TRE/MG; Recurso Criminal 000003094; Visconde do Rio Branco/MG, Relator: Des. Marcos Lourenço, Data de Julgamento: 22/09/21.	Impertinente por tratar de substituição de pena privativa de liberdade por prestação de serviços em crime de boca de urna e arregimentação de eleitor.
90	TRE/MG; REl 060039172; Uberlândia/MG, Relator: Marcos Lourenço Capanema, Data de Julgamento: 22/09/21.	Recurso ao qual se negou provimento para manter a condenação do recorrente por impulsionamento de propaganda eleitoral sem o CNPJ do partido ou coligação ou CPF do responsável, além da expressão "propaganda eleitoral".
91	TRE/RN; REl 060051157; Tibau do Sul/RN, Relator: Des. José Carlos Dantas, Data de Julgamento: 30/09/21.	Impertinente por tratar de prestação de contas em que não houve transferência de sobras financeiras para a conta do partido.
92	TRE/MS; REl 060080271; Campo Grande/MS, Relatora:	Impertinente por tratar de desaprovação de contas em que

	Desa. Monique Leite, Data de Julgamento: 27/09/21.	houve irregularidades graves relativas aos gastos com os recursos do fundo de campanha.
93	TRE/PE; REl 060051482; Belo Jardim/PE, Relator: Des. Humberto Costa, Data de Julgamento: 01/10/21.	Exercício de publicidade institucional em período vetado, por disseminação massiva e sistematizada de propaganda governamental em redes sociais geridas pela Administração local.
95	TRE/SP; REl 060035962; São Paulo/SP, Relator: Des. Waldir Sebastião, Data de Julgamento: 24/09/21.	REspEl inadmitido por demandar reexame fático-probatório e por estar alinhado à jurisprudência do TSE, que veda impulsionamento de propaganda eleitoral impulsionada para criticar o adversário.
96	TRE/PA; REl 060019134; Senador José Porfírio/PA, Relator: Des. Álvaro José de Vasconcelos, Data de Julgamento: 21/09/21.	Impertinente, pois trata de oportunização de emenda à inicial por ausência de indicação de código hash das mensagens impugnadas.
97	TRE/MT; REl 60054336; Chapada dos Guimarães/MT, Relator: Des. Bruno Marques, Data de Julgamento: 21/09/21.	Impertinente por tratar de julgamento de contas desaprovadas por, entre outros, ausência de recolhimento ao Tesouro dos recursos do Fundo de Campanha.
99	TRE/MG; REl 060046339; Governador Valadares/MG,	Não configuração de propaganda irregular face à ausência de

	Relator: Des. Marcos Lourenço Capanema, Data de Julgamento: 15/09/21.	provas acerca da transferência do perfil em rede social de pessoa jurídica.
101	TRE/MG; MSC-EDcl 060003859; Grupiara/MG, Relator: Des. Luiz Carlos Rezende, Data de Julgamento: 14/09/21.	Aclaratórios improcedentes.
102	TRE/MG; REl 060025575; Uberlândia/MG, Relator: Des. Maurício Torres, Data de Julgamento: 15/09/21.	Impertinente, pois o termo impulsionamento está atrelado à omissão de despesa.
103	TRE/DF; Prestação de contas 060248845; Brasília/DF, Relator: Des. Renato Alves, Data de Julgamento: 15/09/21.	Impertinente por tratar de prestação de contas e confusão na movimentação de verbas do fundo de campanha.
104	TRE/MT; REl 60053814; Chapada dos Guimarães/MT, Relator: Des. Bruno Marques, Data de Julgamento: 14/09/21.	Impertinente por tratar de julgamento de contas às quais não foram juntadas peças obrigatórias.
107	TRE/SE; REl 060067074; Boquim/SE, Relator: Des. Edivaldo dos Santos, Data de Julgamento: 16/09/21.	Impertinente por tratar de prestação de contas.
108	TRE/MS; REl 060020865; Três Lagoas/MS; Relator: Des. Wagner Mansur, Data de Julgamento: 14/09/21.	Acórdão que negou provimento ao pedido recursal por se tratar de impulsionamento de postagem na internet em que não havia CNPJ ou CPF do responsável.

109	TRE/PI; REl 060046519; Piripiri/PI, Relator: Des. Erivan José da Silva, Data de Julgamento: 14/09/21.	Muito embora trate de propaganda eleitoral, o acórdão é impertinente por tratar de indeferimento da inicial em função da ausência dos URL das respectivas páginas.
111	TRE/PE; REl 060041017; Palmares/PE, Relator: Des. Carlos Gil Rodrigues Filho, Data de Julgamento: 10/09/21.	Impertinente por tratar de desaprovação de contas por ausência de comprovação da atividade dos doadores.
112	TRE/MT; REl 60040317; Nova Maringá/MT, Relator: Des. Gilberto Bussiki, Data de Julgamento: 24/08/21.	Impertinente por tratar de julgamento de contas, desaprovadas, em decorrência, entre outros, de abastecimento de veículos não registrados.
115	TRE/ES; REl 060003531; São Gabriel da Palha/ES, Relator: Des. Carlos Fonseca, Data de Julgamento: 30/08/21.	Impertinente por tratar de captação e gasto irregular de recursos.
116	TRE/MG; REl 060077089; Ribeirão das Neves/MG, Relator: Itelmar Raydan Evangelista, Data de Julgamento: 24/08/21.	Impertinente face à extinção do processo sem exame do mérito por litispendência.
117	TRE/AL; REl 060048652; Inhapi/AL, Relator: Des. Hermann de Almeida Melo, Data de Julgamento: 26/08/21.	Impertinente por se tratar de prestação de contas, aprovadas ao final com ressalvas, face aos pequenos erros.

119	TRE/MG; REl 060014629; Belo Horizonte/MG, Relator: Des. Marcelo Paulo Salgado, Data de Julgamento: 24/08/21.	Impertinente por se tratar de prestação de contas, aprovadas ao final com ressalvas.
120	TRE/PE; REl 060069759-EDcl; Maraial/PE, Relator: Des. Frederico Ricardo de Almeida Neves, Data de Julgamento: 27/08/21.	Impertinente por tratar de AIJE que resultou na cassação dos diplomas e em cujo REl buscava-se efeito suspensivo contra a determinação de novas eleições.
121	TRE/SP; P.Crim. 0608851; São Paulo/SP, Relator: Des. Afonso Celso da Silva, Data de Julgamento: 24/08/21.	Impertinente por tratar de contas aprovadas com ressalvas face à comprovação, antes do julgamento, da regularidade de parte das despesas.
122	TRE/PE; REl 060031871; Passira/PE, Relator: Des. Francisco Machado, Data de Julgamento: 27/08/21.	Impertinente por tratar da legitimidade do representante de candidato para impulsionar propaganda eleitoral.
123	TRE/PE; REl 060070536; Maraial/PE, Relator: Des. Frederico Neves, Data de Julgamento: 27/08/21.	Impertinente por tratar de AIJE que resultou na cassação dos diplomas e em cujo REl buscava-se efeito suspensivo contra a determinação de novas eleições.
124	TRE/SE; REl 060051138; Umbaúba/SE, Relatora: Desa. Clarisse de Aguiar Ribeiro, Data de Julgamento: 26/08/21.	Impertinente por tratar de aprovação, com ressalvas, de contas de campanha, face ao valor irrisório das sobras de campanha não transferidas.

125	TRE/DF; P. Contas 060203380; Brasília/DF, Relator: Des. Renato Coelho, Data de Julgamento: 23/08/21.	Impertinente por tratar de aprovação, com ressalvas, de contas de campanha, face ao montante irrisório dos valores omitidos e do caráter formal do erro na prestação de contas.
126	TRE/PE; REl 060070888-EDcl; Maraial/PE, Relator: Des. Frederico Neves, Data de Julgamento: 27/08/21.	Aclaratórios improvidos face à rediscussão da matéria julgada (pedido de efeito suspensivo à determinação de novas eleições).
128	TRE/MG; REl 060046378; Passa Tempo/MG, Relator: Des. Luiz Carlos Rezende e Santos, Data de Julgamento: 17/08/21.	Impertinente por tratar de julgamento de contas, aprovadas ao final com ressalvas, face à abertura, mesmo a destempo de conta bancária para movimentação de recursos de campanha.
129	TRE/PA; REl 060024251; Augusto Corrêa/PA, Relatora: Desa. Carina Senna, Data de Julgamento: 17/08/21.	Divulgação de pesquisa não registrada com nítido intuito de influir no convencimento dos eleitores.
130	TRE/MG; REl 060046633; Passa Tempo/MG, Relator: Des. Luiz Carlos Rezende e Santos, Data de Julgamento: 04/08/21.	Impertinente por tratar de julgamento de contas, aprovadas ao final com ressalvas, face à abertura, mesmo a destempo, de conta bancária para movimentação de recursos de campanha.
132	TRE/MT; REl 60068879;	Propaganda irregular face ao

	Cáceres/MT, Relator: Des. Jackson Coutinho, Data de Julgamento: 23/08/21.	impulsionamento por meio de página não informada à Justiça Eleitoral e ausência do CNPJ do responsável e da expressão "propaganda eleitoral".
133	TRE/MG; REl 060006745; São Lourenço/MG, Relatora: Desa. Patrícia Ribeiro, Data de Julgamento: 24/08/21.	Não configurada propaganda institucional face à abordagem de temas de interesse público e à ausência de veiculação em canais oficiais.
134	TRE/SE; REl 060029309; Aquidabã/SE, Relator: Des. Gilton Brito, Data de Julgamento: 24/08/21.	Impertinente por tratar de julgamento de contas, irregulares por ultrapassarem o limite legal de autofinanciamento de campanha.
136	TRE/MG; REl 060031623; Juiz de Fora/MG, Relator: Des. Marcelo Paulo Salgado, Data de Julgamento: 10/08/21.	Impertinente por tratar de julgamento de contas, reprovadas tendo em vista que, no interregno até a abertura da conta bancária, houve gastos eleitorais.
139	TRE/MT; REl 60080877; Lucas do Rio Verde/MT, Relator: Des. Bruno Marques, Data de Julgamento: 17/08/21.	Impertinente por tratar de julgamento de contas, ao final aprovadas com ressalvas, face ao baixo montante do valor restituível.