

# TSE

**CONTRIBUIÇÕES DO SLEEPING GIANTS BRASIL  
À RESOLUÇÃO DO TSE**  
*ANÁLISE DOS RESULTADOS OBTIDOS*



**CONTRIBUIÇÕES DO SLEEPING GIANTS BRASIL  
À RESOLUÇÃO DO TSE**  
*ANÁLISE DOS RESULTADOS OBTIDOS*

**TSE**

**DESENVOLVIMENTO**

**Diretoria Jurídica e de Pesquisas Sleeping Giants Brasil**

Av. Guido Caloj, 1000 – Bl. 5 – 4º. AndarJd. São Luis - São Paulo – SP – CEP 05.802-140

[contato@sleepinggiantbrasil.com](mailto:contato@sleepinggiantbrasil.com)

[www.sleepinggiantbrasil.com](http://www.sleepinggiantbrasil.com)

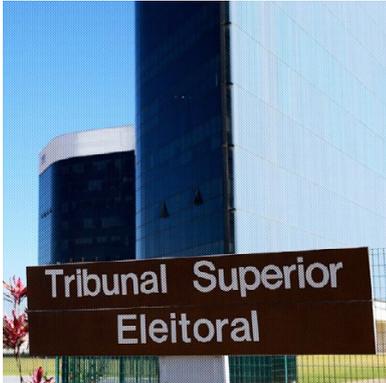
**PROJETO GRÁFICO**

Sleeping Giants Brasil

*BRASIL, MAIO/2024*

**CONTRIBUIÇÕES DO SLEEPING GIANTS BRASIL  
À RESOLUÇÃO DO TSE  
ANÁLISE DOS RESULTADOS OBTIDOS**

**TSE**



Em janeiro de 2024 o Tribunal Superior Eleitoral lançou uma consulta pública com minutas<sup>1</sup> para a alteração e criação de Resoluções que regerão as eleições municipais de 2024. A partir da consulta pública, também foi realizada entre os dias 23 e 25 de fevereiro audiências públicas para a defesa oral de sugestões às minutas.

Dentre os dez temas abordados estava a questão da propaganda eleitoral, e em específico as inovações sobre publicidade política online e o uso da Inteligência Artificial nas campanhas. O Sleeping Giants Brasil decidiu incidir no tema a partir de seu conhecimento do ecossistema digital e como agentes desinformativos utilizam a plataformas digitais e seus sistemas de impulsionamento pagos para a disseminação de discurso de ódio e desinformação.

Neste sentido, as regras sobre propaganda eleitoral, em especial no meio digital, são centrais para as próximas eleições a serem realizadas no Brasil dada a história recente do país - sob o contexto dos atos de 8 de janeiro de 2023 e com a emergência de tecnologias de comunicação e informação cada vez mais sofisticadas.

Assim, o SGBR analisou as minutas e propôs não só mudanças, como adições importantes para o combate às práticas deletérias ao sistema eleitoral, buscando mecanismos para eleições democráticas e transparentes também na esfera digital. Nós também contribuimos de forma significativa com as provisões sugeridas pela Sala de Articulação contra a Desinformação (SAD). Tal organização é composta por dezenas outras organizações que atuam no debate digital contra práticas desinformativas e com a qual dividimos nossas sugestões e colaboramos.

Assim, ao final deste processo sugerimos finalmente as seguintes mudanças e adições nas minutas apresentadas pelo TSE (compilado)<sup>2</sup>:

<b>Artigo</b>	<b>Texto sugerido</b>
Art. 3-B, Parágrafo único	O provedor de aplicação que preste serviço de impulsionamento fica obrigado a manter repositório de transparência com informações sobre o conteúdo da publicidade, os valores investidos, os responsáveis pelo pagamento e a audiência contratada, devendo tais informações ser disponibilizadas de forma permanentemente atualizadas, ser passível de busca por múltiplos critérios e com aplicações que garantam a interoperabilidade com máquinas.

<sup>1</sup> TSE. Consulte as minutas das resoluções para as Eleições 2024. 1 de jan. 2024. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2024/Janeiro/consulte-as-minutas-das-resolucoes-para-as-eleicoes-2024>.

<sup>2</sup> Consulte as contribuições enviadas ao TSE na Biblioteca disponível no site do Sleeping Giants

<b>Artigo</b>	<b>Texto sugerido</b>
Art. 9-B, §3º	Após notificação de decisão sobre ilicitude de conteúdo impulsionado mencionado no § 2º deste artigo, o provedor de aplicação de internet responsável pela sua circulação adotará providências para a apuração e indisponibilização.
Art. 9-C	É dever do provedor de aplicação de internet que permita a veiculação de propaganda eleitoral a adoção e publicização de medidas para impedir ou diminuir a circulação de fatos sabidamente inverídicos ou gravemente descontextualizados que atinjam a integridade do processo eleitoral, incluindo a garantia de mecanismos eficazes de notificação, acesso a canal de denúncias e ações corretivas e preventivas.
Art. 29, §12	É vedada a comercialização por provedor de aplicação de qualquer modalidade de impulsionamento de conteúdo que veicule fato sabidamente inverídico ou gravemente descontextualizado que atinja a integridade eleitoral, bem como conteúdo que contenha violência política (Constituição Federal, art. 3º, IV e art. 5º, XLI e XLII; Lei nº 13.146/2015; Lei nº 14.192/2021).
Art. 29, §13	A transparência de que se trata o parágrafo único do art. 3-B também deverá ser observada durante o período eleitoral.
Art. 29, §14	O provedor de aplicação de internet é responsável por conteúdos impulsionados que veiculem fato sabidamente inverídico ou gravemente descontextualizado que atinja a integridade eleitoral, bem como conteúdo que contenha violência política, não se aplicando, nesse caso, a imunidade de que trata o art. 32 da resolução.

O Tribunal recebeu mais de 1000 sugestões e alguns dos responsáveis pelas sugestões foram selecionados para participar da audiência pública e fazer o uso da palavra, para a defesa de suas posições. O SGBR, na figura do diretor jurídico, Humberto Ribeiro, foi um dos selecionados para participar da audiência que aconteceu no dia 25 de fevereiro, sobre propaganda eleitoral, mas por questões técnicas do próprio Tribunal, a participação do SGBR teve que ser cancelada. Porém, dada a perda do uso da palavra, para além da submissão das sugestões no sistema do TSE, a Vice-Presidenta do do tribunal, Ministra Cármen Lúcia, solicitou o envio de memorial com as sugestões por escrito diretamente para seu gabinete, ao que o Sleeping Giants prontamente atendeu.

Após o fim do prazo para as submissões e da audiência pública, o TSE publicou um compilado das sugestões e se tais contribuições foram acatadas, acatadas de forma parcial ou não acatadas.

Das seis sugestões formuladas pelo Sleeping Giants Brasil, duas foram acatadas parcialmente e as restantes não foram acatadas, como mostra o documento disponibilizado pelo Tribunal<sup>3</sup>.

Artigo	Texto sugerido
Art. 3-B, Parágrafo único	Acatado Parcialmente
Art. 9-B, §3º	Não acatada
Art. 9-C	Acatada Parcialmente
Art. 29, §12	Não acatada
Art. 29, §13	Não acatada
Art. 29, §14	Não acatada

Entretanto, em diversas provisões, ficam evidentes a influência de provisões que não foram acatadas ou foram somente parcialmente acatadas. A exemplo disto, temos o parágrafo 12 do art. 29:

§ 12. É vedada a comercialização por provedor de aplicação de qualquer modalidade de impulsionamento de conteúdo que veicule fato sabidamente inverídico ou gravemente descontextualizado que atinja a integridade eleitoral. (NR)	§ 12 É vedado aos provedores de aplicação vender serviço de impulsionamento de conteúdo que veicule fato sabidamente inverídico ou gravemente descontextualizado que atinja a integridade do processo eleitoral, incluindo os processos de votação, apuração e totalização de votos, bem como conteúdo que contenha violência política (Constituição Federal, art. 3º, IV e art. 5º, XLI e XLII; Lei nº 13.146/2015; Lei nº 14.192/2021)	Acatar parcialmente
	É vedada a comercialização por provedor de aplicação de qualquer modalidade de impulsionamento de conteúdo que veicule fato sabidamente inverídico ou gravemente descontextualizado que atinja a integridade eleitoral, bem como conteúdo que contenha violência política (Constituição Federal, art. 3º, IV e art. 5º, XLI e XLII; Lei nº 13.146/2015; Lei nº 14.192/2021).	Não acatar

*Texto em amarelo é aquele submetido pelo SGBR. Em verde o texto levemente modificado submetido por um terceiro.*

Uma das principais contribuições do SGBR era a inclusão da vedação ao impulsionamento de conteúdos que contenham violência política. Neste sentido, embora o texto exato que foi submetido não tenha sido acatado, tal texto foi redigido por nós e compartilhado com a SAD (inclusive com a inclusão dos artigos e legislação pertinente).

<sup>3</sup> ANÁLISE DE CONTRIBUIÇÕES – INSTRUÇÃO 0600751-65 – RES.-TSE 23.732/2024. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/internet/arquivos/analise-contribuicoes/instrucao-0600751-65-analise-de-contribuicoes-Res-TSE-23732.pdf>

Ademais, consideramos uma vitória a criação das obrigações contidas no art. 9-D, caput e §1º, e art. 27-A, que incluem a adoção de medidas globais que tenham como objetivo o combate ao avanço em plataformas digitais de desinformação em períodos eleitorais e obrigação da existência de repositórios de anúncios para conteúdo político impulsionado, monetizado ou objeto de publicidade de forma geral:

**Art. 9º-D.** *É dever do provedor de aplicação de internet, que permita a veiculação de conteúdo político-eleitoral, a adoção e a publicização de medidas para impedir ou diminuir a circulação de fatos notoriamente inverídicos ou gravemente descontextualizados que possam atingir a integridade do processo eleitoral, incluindo:*

*I - a elaboração e a aplicação de termos de uso e de políticas de conteúdo compatíveis com esse objetivo;*

*II - a implementação de instrumentos eficazes de notificação e de canais de denúncia, acessíveis às pessoas usuárias e a instituições e entidades públicas e privadas;*

*III - o planejamento e a execução de ações corretivas e preventivas, incluindo o aprimoramento de seus sistemas de recomendação de conteúdo;*

*IV - a transparência dos resultados alcançados pelas ações mencionadas no inciso III do caput deste artigo;*

*V - a elaboração, em ano eleitoral, de avaliação de impacto de seus serviços sobre a integridade do processo eleitoral, a fim de implementar medidas eficazes e proporcionais para mitigar os riscos identificados, incluindo quanto à violência política de gênero, e a implementação das medidas previstas neste artigo.*

*VI - o aprimoramento de suas capacidades tecnológicas e operacionais, com priorização de ferramentas e funcionalidades que contribuam para o alcance do objetivo previsto no caput deste artigo.*

*§ 1º É vedado ao provedor de aplicação, que comercialize qualquer modalidade de impulsionamento de conteúdo, inclusive sob a forma de priorização de resultado de busca, disponibilizar esse serviço para veiculação de fato notoriamente inverídico ou gravemente descontextualizado que possa atingir a integridade do processo eleitoral.*

*§ 2º O provedor de aplicação, que detectar conteúdo ilícito de que trata o caput deste artigo ou for notificado de sua circulação pelas pessoas usuárias, deverá adotar providências imediatas e eficazes para fazer cessar o impulsionamento, a monetização e o acesso ao conteúdo e promoverá a apuração interna do fato e de perfis e contas envolvidos para impedir nova circulação do conteúdo e inibir comportamentos ilícitos, inclusive pela indisponibilização de serviço de impulsionamento ou monetização.*

**Art. 27-A.** O provedor de aplicação que preste serviço de impulsionamento de conteúdos político-eleitorais, inclusive sob a forma de priorização de resultado de busca, deverá:

*I - manter repositório desses anúncios para acompanhamento, em tempo real, do conteúdo, dos valores, dos responsáveis pelo pagamento e das características dos grupos populacionais que compõem a audiência (perfilamento) da publicidade contratada;*

*II – disponibilizar ferramenta de consulta, acessível e de fácil manejo, que permita realizar busca avançada nos dados do repositório que contenha, no mínimo:*

*a) buscas de anúncios a partir de palavras-chave, termos de interesse e nomes de anunciantes;*

*b) acesso a informações precisas sobre os valores despendidos, o período do impulsionamento, a quantidade de pessoas atingidas e os critérios de segmentação definidos pela(o) anunciante no momento da veiculação do anúncio;*

*c) coletas sistemáticas, por meio de interface dedicada (application programming interface – API), de dados de anúncios, incluindo seu conteúdo, gasto, alcance, público atingido e responsáveis pelo pagamento.*

*§1º Para os fins desse artigo, caracteriza conteúdo político-eleitoral, independente da classificação feita pela plataforma, aquele que versar sobre eleições, partidos políticos, federações e coligações, cargos eletivos, pessoas detentoras de cargos eletivos, pessoas candidatas, propostas de governo, projetos de lei, exercício do direito ao voto e de outros direitos políticos ou matérias relacionadas ao processo eleitoral.*

Ademais, a resolução final esclarece que a notificação de que tratava o art. 9-B, §3º era a notificação dos usuários, como visto pelo art. 9-D, §2º e também pela previsão do estabelecimento de ferramentas de “notificação e de canais de denúncia, acessíveis às pessoas usuárias e a instituições e entidades públicas e privadas” pelo art. 9-D, II da resolução.

Por fim, dentre as nossas sugestões feitas pelo SGBR, estava a de que conteúdos desinformativos impulsionados não deveriam gozar de imunidade concedida às plataformas por conteúdo de terceiro - nos termos do art 19 do Marco Civil da Internet, repetido até então no art. 32 da resolução.

Art. 29, §14

O provedor de aplicação de internet é responsável por conteúdos impulsionados que veiculem fato sabidamente inverídico ou gravemente descontextualizado que atinja a integridade eleitoral, bem como conteúdo que contenha violência política, não se aplicando, nesse caso, a imunidade de que trata o art. 32 da resolução.

Neste sentido, esta é uma bandeira anterior à colaboração sobre as resoluções do TSE. Dentro da discussão sobre a constitucionalidade ou não do art 19 do MCI, ou seja, que os provedores de internet teriam imunidade de responsabilidade por conteúdos de terceiro, acreditamos que sim, a imunidade é constitucional e importante para uma internet livre.

Entretanto, entendemos que tal imunidade só se aplica aos conteúdos orgânicos da plataforma e que o legislador, ao impor tal provisão, não visava imunidade aos provedores de serviço pelos conteúdos impulsionados, monetizados, objeto de publicidade em qualquer forma.

Isto porque, a plataforma, ao receber vantagem pecuniária para otimizar a exibição de determinado conteúdo, passa a ocupar uma posição ativa e, assim, resta envolvida de maneira direta no negócio em curso. Destarte, as plataformas passariam a precisar verificar qual conteúdo está concordando e sendo pago para entregar aos seus usuários.

Porém, no art. 9-E, o Tribunal Superior Eleitoral foi além, estendendo tal responsabilização para **todos os conteúdos elencados** como ilícitos pela resolução, impulsionados ou orgânicos.

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

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

II – de divulgação ou compartilhamento de fatos notoriamente inverídicos ou gravemente descontextualizados que atinjam a integridade do processo eleitoral, inclusive os processos de votação, apuração e totalização de votos;

III – de grave ameaça, direta e imediata, de violência ou incitação à violência contra a integridade física de membros e servidores da Justiça eleitoral e Ministério Público eleitoral ou contra a infraestrutura física do Poder Judiciário para restringir ou impedir o exercício dos poderes constitucionais ou a abolição violenta do Estado Democrático de Direito;

IV – de comportamento ou discurso de ódio, inclusive promoção de racismo, homofobia, ideologias nazistas, fascistas ou odiosas contra uma pessoa ou grupo por preconceito de origem, raça, sexo, cor, idade, religião e quaisquer outras formas de discriminação;

V - de divulgação ou compartilhamento de conteúdo fabricado ou manipulado, parcial ou integralmente, por tecnologias digitais, incluindo inteligência artificial, em desacordo com as formas de rotulagem trazidas na presente Resolução.

Neste sentido, o artigo poderá ser lido de duas formas: como uma exceção ao regime do art. 19 do MCI ou como uma complementação a este. Ainda não está claro como a aplicação do 9-E se daria no âmbito das eleições deste ano, mas este é, talvez, o ponto mais polêmico da resolução.

De qualquer forma, pelo menos três empresas já anunciaram que não vão permitir anúncios políticos em suas plataformas, o Google, o X (antigo Twitter) e o Kwai. O Google informou em nota que iria atualizar a política de conteúdo político do Google ads para “para não mais permitir a veiculação de anúncios políticos no país”. Segundo eles acontece em vista da “entrada em vigor das resoluções eleitorais para 2024”. Acrescentando ainda que a empresa tem “o compromisso global de apoiar a integridade das eleições e continuaremos a dialogar com autoridades em relação a este assunto”<sup>4</sup>.

O Kwai seguiu os passos do Google ao fazer o comunicado da nova vedação de impulsionamento de tais conteúdos em sua plataforma<sup>5</sup>.

Já a empresa X (antigo Twitter) por outro lado, não fez nenhum tipo de aviso ou comunicado, mas retirou o Brasil da lista de países em que a promoção de publicidade com conteúdo político é permitida pela plataforma<sup>6</sup>.

Entretanto, é importante frisar que, ainda que as empresas coloquem em suas políticas internas que não vão aceitar publicidade políticas, não significa que de fato elas não vão existir nas determinadas plataformas. Vários estudos<sup>7</sup> mostram que o cumprimento das regras internas das plataformas é bastante falha - o SGBR inclusive já conduziu tais estudos como o relatório *Fraude na Ciência*. Isto acontece especialmente quando falamos de conteúdo patrocinado, já que ao vedar certo tipo de conteúdo, as empresas passariam a perder dinheiro.

Assim, tal movimento por parte das Big Techs na verdade é uma tentativa de driblar as possíveis consequências da nova resolução eleitoral, em especial a necessidade de transparência de seus anúncios - o que contraria as afirmações de empresas como a Google sobre “compromisso global de apoiar a integridade das eleições”.

Finalmente, o debate e aplicação da resolução e suas provisões ainda é um processo que está acontecendo e encontrará seu clímax em outubro deste ano quando as eleições acontecerão nos mais de 5 mil municípios brasileiros. Porém, podemos afirmar a importância da participação da sociedade civil para o aprimoramento das decisões dos três poderes e a necessidade de cada vez mais participação na elaboração de tais diplomas. A resolução nº 23.732, de 27 de fevereiro de 2024 é, apesar de qualquer polêmica, um exemplo bem sucedido de tal colaboração.

4 Agência Brasil. Google não permitirá anúncios de políticos nas eleições de outubro. 24 abr. 2024. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/justica/noticia/2024-04/google-nao-permitira-anuncios-de-politicos-nas-eleicoes-de-outubro>

5 JARDIM, Lauro. Kwai veta anúncios políticos para eleições 2024. O Globo. 15 mai 2024. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/blogs/lauro-jardim/post/2024/05/kwai-veta-anuncios-politicos-para-eleicoes-2024.ghtml>

6 IORY, Nicolas. Rede social X segue o Google e proíbe anúncios políticos na plataforma no Brasil. O Globo. 03 mai 2024. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/noticia/2024/05/03/rede-social-x-segue-o-google-e-proibe-anuncios-politicos-na-plataforma-no-brasil.ghtml>

7 Diversos relatórios de grupos de pesquisa como o NetLab da UFRJ apontam essa questão. A exemplo temos o relatório técnico “Enchentes no Rio Grande do Sul - Uma análise da desinformação multiplataforma sobre o desastre climático”, disponível em: <https://netlab.eco.ufrj.br/post/enchentes-norio-grande-do-sul-uma-an%C3%A1lise-da-desinforma%C3%A7%C3%A3o-multiplataforma-sobre-o-desastre-clim%C3%A1ti>



 **SLEEPING  
GIANTS  
BRASIL**