



## O impacto do Projeto de Lei 2.638/2020 nas campanhas eleitorais caso seja aprovado

Vitória Sgorlon Oliveira<sup>1\*</sup>, Teófilo Lourenço de Lima<sup>2</sup>

<sup>1\*</sup> Acadêmica do 10º período no curso de Direito, Centro Universitário São Lucas Ji-Paraná – UniSL, Ji-Paraná, RO, Brasil, acadêmica do 6º período do curso de Relações Internacionais, Universidade Internacional – UNINTER, Ji-Paraná, RO, Brasil. E-mail: vitoriasgorlon@gmail.com.

<sup>2</sup> Professor orientador, licenciado em Pedagogia, habilitação em Supervisão Escolar e Magistério (UNIR, 1994), especialista em Administração e Planejamento para Docentes (ULBRA, 1996), acadêmico do 9º período do curso de Direito, Centro Universitário São Lucas Ji-Paraná – UniSL, Ji-Paraná, RO, Brasil. E-mail: limateo@bol.com.br.

### Resumo

O Projeto de Lei 2.530/2020 busca instituir a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, também conhecida como Lei das *Fake News*. Aprovado pelo Senado Federal, o PL espera apreciação pela Câmara dos Deputados para então ser aprovado ou reprovado pelo Congresso Nacional. Se aprovado e sancionado pelo Presidente da República com a integralidade do texto atual, haverá mudanças nas campanhas eleitorais. O objetivo deste trabalho é analisar o impacto deste PL nas campanhas eleitorais, caso seja aprovado e sancionado. O método é qualitativo de natureza explicativa, realizada através de revisão bibliográfica, documental e jurídica. O PL 2.530/2020, se aprovado e sancionado com o texto integral, mudará as próximas campanhas eleitorais brasileira no que se refere a propagandas na internet por perfis oficiais nas redes sociais, pois em seu artigo 18 o PL dispõe que é de interesse público as redes sociais dos agentes políticos detentores de mandatos eletivos dos Poderes Executivo e Legislativo de todos os entes da federação, além de ocupantes de outros cargos ligados a Ministérios, Secretarias e Tribunais de Contas. As contas das redes sociais de candidatos que estão atualmente em nesses cargos elencados no *caput* e nos incisos do art. 18 do PL, estariam então impossibilitadas de postar conteúdo eleitoral, tendo em vista o art. 57-C, §1º, inciso II da Lei n. 9.504/97, mudando por completo a realidade da campanha eleitoral. Diante do exposto, é possível concluir que o PL poderá mudar drasticamente as campanhas eleitorais posteriores à sua sanção, caso aprovado.

**Palavras-chave:** Campanhas. Eleições. Mudanças. Internet. Propaganda.