

A INTERNET ENQUANTO INSTRUMENTO EFICAZ DE PROMOÇÃO DE IGUALDADE NA PROPAGANDA ELEITORAL

THE INTERNET AS AN EFFECTIVE INSTRUMENT FOR THE PROMOTION OF EQUALITY IN ELECTORAL PROPAGANDA

Arthur Henrique Ferreira da Silva

SUMÁRIO

Introdução; 1 A Propaganda Eleitoral Como Direito Fundamental; 2 A Propaganda Eleitoral na Internet; 2.1 Breve Histórico da Evolução Legislativa; 2.1.1 A Lei 12.034/2009; 2.1.2 A Lei 12.891/2013; 2.1.3 A Lei 13.165/2015; 2.2 A Evolução Legislativa e a Evolução do Eleitor; 3 O Critério Interpretativo Utilizado pelo TRE/MT Acerca do art. 36-A; Conclusão; Referências.

RESUMO

Este artigo trata da aplicação da internet na propaganda eleitoral e visa identificar o que falta para que a internet seja instrumento eficaz de promoção da igualdade eleitoral e garantidora de uma campanha livre da interferência do poder econômico. As redes sociais são utilizadas para campanhas e propagandas eleitorais, o que muitas vezes ultrapassa a tênue linha entre o que admite a legislação brasileira e aquilo que é considerado uma infração eleitoral. A pesquisa pautou-se em análise da regulamentação eleitoral brasileira e na revisão doutrinária e jurisprudencial. O tema provoca uma série de abordagens, frente a última alteração trazida pela Lei 13.165/2015. Conclui-se que a legislação brasileira avançou no sentido de garantir o direito à liberdade de expressão e a concretização da democracia, porém o entendimento dos julgadores não acompanhou esta evolução. Faz-se necessário uma mudança de entendimento dos julgadores de forma a propiciar um espaço maior para os possíveis candidatos divulgarem suas ideias e conferir à população tempo para conhecê-las e contraditá-las verificando sua funcionalidade. Da mesma forma, os eleitores devem estar abertos a conhecer e debater as ideias postas, para ter lastro suficiente para escolher a melhor opção.

PALAVRAS-CHAVE: Propaganda Eleitoral. Internet. Direito Fundamental

ABSTRACT

This article deals with the application of the internet in electoral propaganda and aims to identify what is missing so that the internet is an effective instrument to promote electoral equality and guarantee a campaign free from the interference of economic power. Social networks are used for electoral campaigns and advertisements, which often goes beyond the thin line between what Brazilian law allows and what is

considered an electoral infraction. The research was based on analysis of the Brazilian electoral regulation and on the doctrinal and jurisprudential review. The theme provokes a series of approaches, as opposed to the last change brought by Law 13.165 / 2015. It is concluded that the Brazilian legislation has advanced to guarantee the right to freedom of expression and the realization of democracy, but the understanding of the judges did not follow this evolution. It is necessary to change the understanding of the judges in order to provide a greater space for potential candidates to divulge their ideas and give the population time to know them and contradict them verifying their functionality. Likewise, voters should be open to meeting and discussing the ideas put forward, so that they have enough coverage to choose the best option.

KEYWORDS: Electoral Propaganda. Internet. Fundamental right

Introdução

O presente artigo se propõe a tratar do seguinte problema: "o que falta para que a internet funcione como instrumento eficaz de promoção da igualdade entre candidatos?". Adiante será demonstrado que dentre as hipóteses possíveis, verifica-se que alguns Tribunais Regionais Eleitorais ainda possuem resistência no reconhecimento da internet como espaço de diálogo livre entre cidadãos, sejam eles eleitores ou pré-candidatos, não obstante a legislação e o Tribunal Superior Eleitoral caminhem em sentido contrário.

A presente pesquisa encontra-se estruturada em três capítulos, sendo: (i) A Propaganda Eleitoral Como Direito Fundamental; (ii) A Propaganda Eleitoral na Internet; e (iii) O Critério Interpretativo Utilizado pelo TRE/MT Acerca do art. 36-A.

No primeiro capítulo optou-se por trabalhar o direito fundamental à informação, garantido na Constituição Federal, enquanto promotor da democracia, com o objetivo de demonstrar que a utilização da internet em campanhas eleitorais deve ser interpretada com base nessa premissa.

No segundo capítulo demonstrou-se no plano histórico o desenvolvimento da legislação em matéria eleitoral a respeito da utilização da internet em campanhas eleitorais e, no terceiro capítulo tratou-se do critério interpretativo acerca do art. 36-A, da Lei 9.504/97, a partir do paradigma do TRE/MT para comprovar a hipótese de que os Tribunais Regionais ainda possuem resistência em aplicar a legislação e o entendimento do TSE, ambos em consonância com o sentido de direito fundamental atribuído à propaganda eleitoral.

Dessa forma, buscar-se-á levar ao leitor, sem a pretensão de esgotar o assunto, a evolução legislativa da propaganda na internet e os debates jurídicos relativos à aplicação da lei.

A propaganda eleitoral, espécie de propaganda política, consiste em divulgar determinada mensagem do candidato em relação à sua pretensão eleitoral.

Para Cerqueira (2011)

Propaganda eleitoral é toda manifestação de vontade do candidato em relação à sua postulação eleitoral, que leva a conhecimento geral e dos eleitores, nacionais ou de determinada região, as formas em que pretende manifestar sua candidatura, demonstrando as razões que o tornam, entre os demais, merecedor do exercício do mandato. (CERQUEIRA, Thales Tácito, 2011, p.403).

É a maneira mais diligente do candidato convencer o eleitorado de suas propostas, projetos e qualidades, e levar ao conhecimento da população tudo que pretende desempenhar se escolhido pelo eleitor.

Dentre os vários tipos de propaganda, a que nos interessa levar à discussão é a propaganda eleitoral, com enfoque na propaganda realizada pela internet e, também, a propaganda extemporânea.

A utilização irregular da propaganda eleitoral atenta, sobretudo, contra o princípio constitucional da igualdade, ainda mais quando divulgada fora do período permitido, vez que põe em desvantagem os concorrentes.

Já a propaganda eleitoral pela internet tem sido objeto de alterações legislativas, na busca de reduzir custos para os candidatos, promovendo a igualdade de oportunidade aos atores políticos, e permitir aos eleitores uma participação mais direta nos debates e conhecer todos aqueles que participam do pleito.

Por outro lado, a definição de propaganda eleitoral irregular, passível de enquadramento legal e imposição de sanção, é tema controverso que assombra os operadores de direito e deveras controverso na interpretação dos Tribunais Regionais, merecendo especial atenção neste artigo.

O presente artigo se propõe a tratar do seguinte problema: "o que falta para que a internet funcione como instrumento eficaz de promoção da igualdade entre candidatos?". Adiante será demonstrado que dentre as hipóteses possíveis, verifica-se que alguns Tribunais Regionais Eleitorais ainda possuem resistência no reconhecimento da internet como espaço de diálogo livre entre cidadãos, sejam eles

eleitores ou pré-candidatos, não obstante a legislação e o Tribunal Superior Eleitoral caminhem em sentido contrário.

A presente pesquisa encontra-se estruturada em três capítulos, sendo: (i) A Propaganda Eleitoral Como Direito Fundamental; (ii) A Propaganda Eleitoral na Internet; e (iii) O Critério Interpretativo Utilizado pelo TRE/MT Acerca do art. 36-A.

No primeiro capítulo optou-se por trabalhar o direito fundamental à informação, garantido na Constituição Federal, enquanto promotor da democracia, com o objetivo de demonstrar que a utilização da internet em campanhas eleitorais deve ser interpretada com base nessa premissa.

No segundo capítulo demonstrou-se no plano histórico o desenvolvimento da legislação em matéria eleitoral a respeito da utilização da internet em campanhas eleitorais e, no terceiro capítulo tratou-se do critério interpretativo acerca do art. 36-A, da Lei 9.504/97, a partir do paradigma do TRE/MT para comprovar a hipótese de que os Tribunais Regionais ainda possuem resistência em aplicar a legislação e o entendimento do TSE, ambos em consonância com o sentido de direito fundamental atribuído à propaganda eleitoral.

Dessa forma, buscar-se-á levar ao leitor, sem a pretensão de esgotar o assunto, a evolução legislativa da propaganda na internet e os debates jurídicos relativos à aplicação da lei.

1. A Propaganda Eleitoral Como Direito Fundamental

A propaganda eleitoral é indispensável à democracia, ainda que não seja bem vista pelos eleitores, mas ainda é o meio pelo qual os candidatos levam ao conhecimento dos eleitores suas ideias e seu plano de governo, com o fim captar votos para o pleito eleitoral.

Por meio da propaganda, os candidatos, indistintamente, são vistos e ouvidos pelos eleitores, garantindo-se o debate, a exposição de ideias, a troca de informações e, por fim, possibilitar ao eleitor a melhor escolha, segundo suas convicções formadas durante este processo, o que é essencial ao regime democrático.

Essencial ao processo eleitoral, a propaganda é direito fundamental do candidato e do eleitor. Este precisa conhecer quem são os candidatos e quais são as suas propostas, enquanto aquele precisa ser conhecido e divulgar suas ideias. Restringir o direito à propaganda eleitoral é enfraquecer os direitos do candidato e do eleitor, e conseqüentemente enfraquecer a democracia.

Verificamos, assim, que a propaganda eleitoral é indispensável para que todos os candidatos sejam vistos e ouvidos pelos eleitores, permitindo-se o debate e a escolha, garantindo a sustentação do regime democrático adotado pelo Brasil.

A democracia brasileira tem por base a soberania popular, uma vez que o artigo 14 da Constituição Federal dispõe que “a soberania popular será exercida pelo sufrágio universal e pelo voto direto e secreto, com valor igual para todos.”

De forma clara, Gomes (2016, p. 49) explica sobre a necessidade de participação popular na democracia ao explicar que, “hodiernamente, predomina a concepção segundo a qual todo o poder emana do povo, que o exerce por meio de representantes eleitos, ou, em certos casos, diretamente. Isso exige liberdade, igualdade e efetiva participação popular.”

Ainda se valendo dos ensinamentos do professor José Jairo Gomes (2016, p. 54), temos que “a soberania popular se revela no poder incontestável de decidir. É ela que confere legitimidade ao exercício do poder estatal. Tal legitimidade só é alcançada pelo consenso expresso na escolha feita nas urnas.”

Então, para que seja concretizada a democracia, há que se garantir o voto. E a propaganda eleitoral é quem permite a apresentação dos candidatos e garante ao povo a livre escolha do representante que irá exercer o poder que lhe é dado. Nas sábias palavras de Gomes (2016, p. 50), “a participação popular no governo é condição sine qua non da democracia.”

Filho (2014), afirma que:

A propaganda eleitoral, portanto, é indispensável para que todos os candidatos sejam vistos e ouvidos pelos eleitores, permitindo-se o debate, a escolha, a livre circulação de ideias. Isso é primordial para o regime de governo democrático adotado pelo Brasil (CF, arts. 1º e 17). Como a democracia brasileira é baseada na soberania popular exercida pelo sufrágio universal e pelo voto (CF, art. 14), a propaganda eleitoral deve ser garantida a candidatos e eleitores, ainda que estes votem mais pela aparência propagada do que pela verdadeira qualidade do candidato, o que infelizmente tem sido muito recorrente no Brasil. A democracia, desta forma, é a primeira base jurídica da propaganda eleitoral.

A Constituição da República Federativa do Brasil, garante, em seu artigo 5º, inciso IV, a livre manifestação do pensamento e, em seu inciso IX garante a livre expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação.

Nesse viés, a propaganda eleitoral tem base normativa na democracia, mas também nos direitos fundamentais ao voto e à liberdade de expressão (CF, arts. 5º, IV, 14 e 220, caput). Como a

propaganda eleitoral é pressuposto para a efetivação do direito ao voto, este direito não existiria sem aquela. Sem conhecer todos os candidatos e suas ideias, não se estaria permitindo a escolha do eleitor. Assim, o direito ao voto, como instrumento da soberania popular (art. 14, caput, CF), restaria enfraquecido. A democracia em tais condições não teria legitimidade popular, já que não foi oportunizada a escolha e a disputa (Filho, 2014).

Encontrando guarida no direito à liberdade de expressão, a propaganda política também recebe abrigo jurídico da Declaração Universal dos Direitos Humanos, em seus artigos 19 e 21. O primeiro garante o direito à liberdade de opinião e expressão, bem como o direito de receber e transmitir informações; ao passo que o segundo garante o direito de tomar parte do governo por intermédio de representantes e assegura a liberdade do voto, vejamos:

Artigo 19. Todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras.

Artigo 21.

1. Todo ser humano tem o direito de tomar parte no governo de seu país diretamente ou por intermédio de representantes livremente escolhidos. 2. Todo ser humano tem igual direito de acesso ao serviço público do seu país. 3. A vontade do povo será a base da autoridade do governo; esta vontade será expressa em eleições periódicas e legítimas, por sufrágio universal, por voto secreto ou processo equivalente que assegure a liberdade de voto.

Portanto, resta evidente ser a propaganda um direito fundamental do eleitor e do candidato. O eleitor tem garantido o direito de receber a informação dos candidatos, seus projetos, e o candidato o direito de fazer a sua propaganda em busca do voto do eleitor, garantindo, assim, a participação popular que é o meio para se atingir a democracia.

Mesmo sendo acolhida constitucionalmente como direito fundamental, a liberdade de expressão sofre restrições quando em período eleitoral. A legislação eleitoral estabelece regras rígidas para os meios de comunicação, para não haver interferência lesiva do poder econômico.

O Código Eleitoral, Lei 4737/65, e a Lei das Eleições, Lei 9504/97, estabelecem as regras para a propaganda eleitoral, perfazendo o arcabouço infraconstitucional de proteção da legitimidade das eleições:

A liberdade de propaganda mereceu compatível tratamento, como condição básica do processo eleitoral, garantindo a persistência de

seguro esquema para funcionamento da competição democrática. As normas protetoras da liberdade aparecem em funcional implicação com os postulados de igualdade. Com a liberdade erguem-se as defesas dos eleitores, dos candidatos e dos partidos, impedindo os cerceamentos provindos das agências estatais. Por sua vez, com a igualdade, as defesas são mobilizadas para enfrentar as situações privilegiadas, as dominações sociais que possam de alguma maneira embaraçar e desnivelar o livre diálogo democrático. (RIBEIRO, Fávila apud JUNIOR, Irineu Francisco Barreto; MUSCAT, Marcel Machado, 2012)

2. Propaganda Eleitoral na Internet

O advento da internet e o avanço introduzido por ela nas comunicações obrigou o legislador a adaptar a legislação eleitoral para garantir o seu regular uso, e definir as regras para a propaganda eleitoral nesse meio.

O código Eleitoral, Lei 4.737/65, e a Lei 9.504/97 estabelecem regras gerais para a propaganda eleitoral, mas não previam regras específicas para a propaganda eleitoral na internet, uma vez que a rede mundial de computadores não era bem difundida quando da edição dessas normas. De toda sorte, a legislação eleitoral e as resoluções editadas pelo TSE eram aplicadas à propaganda eleitoral, na ausência de norma específica.

A primeira legislação específica aplicada ao uso da internet na propaganda eleitoral sobreveio em 2000, para as eleições municipais, com a edição da Resolução nº 20.684, em 07 de junho de 2000, pelo Tribunal Superior Eleitoral. Essa resolução se ateve unicamente a regulamentar o uso do domínio www.nome do candidato numero do candidato.can.br, onde era permitido aos candidatos a realização de propaganda eleitoral no meio virtual.

Para a utilização do domínio, o candidato deveria realizar o registro no "registro.br", isento de qualquer taxa, e posteriormente comunicar o endereço eletrônico à Justiça Eleitoral.

Já em 2002, o TSE expediu a Resolução n.º 20.988, que manteve a propaganda na internet por meio do domínio www.nome do candidato numero do candidato.can.br, e inovou ao ainda estabelecer que esse tipo de propaganda estaria sujeita às mesmas restrições impostas à programação normal do rádio e da televisão, inclusive quanto aos debates, e vedou qualquer tipo de propaganda em página de provedores de serviço de acesso à internet, em qualquer período.

A Minirreforma de 2006, implementada pela Lei 11.300 de 10 de maio de 2006, apesar de alterar a Lei 9.504/97, não tratou da propaganda eleitoral na internet, deixando somente a cargo das resoluções editadas pelo E. TSE esse mister, porém reduziu alguns gastos de campanha anteriormente permitidos, o que influenciou o uso da internet.

Somente em 2009 que o Congresso Nacional editou a Lei 12.034, de 29 de setembro de 2009, que alterou as Leis 9.504/97 e 9.096/95, trazendo algumas disposições sobre a propaganda eleitoral na internet, que veremos a seguir.

2.1 Breve Histórico da Legislação

2.1.1 A Lei 12.034/2009

Nos anos que se seguiram após 2002, o TSE manteve a regulamentação da propaganda na internet por meio de suas Resoluções, porém, devido ao crescimento do acesso à internet, com mais pessoas utilizando este espaço para comunicação, abriu-se um espaço fértil para divulgação e com potencial para influir na vontade do eleitor, o que obrigou os legisladores a normatizar o seu uso.

Nas palavras de Reis (2012, p. 187) "a relevância desse ambiente de comunicação para os processos políticos é inegável, sendo a internet apresentada como" "... uma forma de exercer bem e facilmente o poder". (STEINBERG, 2004, apud REIS, Marlon, 2012, p. 187).

Assim, em 2009, surge a Lei nº 12.034 de 2009, que incluiu os artigos 57-A até o artigo 57-I, na Lei nº 9.504/97, possibilitando aos atores políticos o uso da rede mundial de computadores como meio de divulgação e propaganda de suas campanhas eleitorais, não mais de forma tão limitada como outrora.

O texto do art. 57-A foi taxativo ao delimitar temporalmente o uso da internet, vejamos: "Art. 57-A. é permitida a propaganda eleitoral na internet, nos termos desta Lei, após o dia 5 de julho do ano da eleição."

Thales Tácito Cerqueira afirma que:

A ideia básica do texto foi atualizar a legislação eleitoral acerca do uso da internet, uma das principais e mais acessíveis ferramentas de comunicação dos políticos. Pela proposta, após o dia 05 de julho do ano das eleições, ou seja, a partir de 06 de julho, os candidatos poderão pedir votos por meio das páginas eletrônicas de partidos ou coligações, desde que o endereço seja comunicado à Justiça Eleitoral e hospedada, direta ou indiretamente, em provedor estabelecido no

Brasil. Antes de 06 de julho poderá ser considerada propaganda extemporânea. (CERQUEIRA, Thales Tácito, 2011, p. 498)

Uma vez definido o período de realização da propaganda na Internet, restou criado o instituto da propaganda extemporânea, ficando a cargo do artigo 57-B, definir os meios em que é autorizada a propaganda eleitoral:

- I - em sítio do candidato, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral, e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de internet estabelecido no País;
- II - em sítio do partido ou da coligação, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de internet estabelecido no País;
- III - por meio de mensagem eletrônica para endereços cadastrados gratuitamente pelo candidato, partido ou coligação;
- IV - por meio de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas, e assemelhados, cujo conteúdo seja gerado ou editado por candidatos, partidos ou coligações ou de iniciativa de qualquer pessoa natural.

O texto legal não permitiu o uso de malas diretas, ou seja, a aquisição de banco de dados por meio de empresas especializadas, uma vez que o conceito pensado para a propaganda na internet é uma propaganda de baixo custo, acessível a qualquer candidato, daqueles com mais ou com menos recursos.

Nessa esteira, o legislador permitiu que os candidatos enviassem mensagem diretamente em redes sociais, blogs e sites de mensagens instantâneas, desde que o conteúdo fosse gerado pelo próprio candidato ou por eleitor em manifestação de apoio.

Destacamos, aqui, a intenção de o legislador reduzir os custos da campanha eleitoral, colocando os candidatos em pé de igualdade, ao menos na internet, onde, em tese o poder econômico não influencia, vejamos:

Art. 57-C. Na internet é vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda paga.

§1º É vedada, ainda que gratuitamente, a veiculação de propaganda eleitoral na Internet, em sítios:

- I - de pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos;
 - II - oficiais ou hospedados por órgãos ou entidades da administração pública direta ou indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.
- §2º A violação do disposto neste artigo sujeita o responsável pela divulgação da propaganda e, quando comprovado seu prévio conhecimento, o beneficiário à multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais).

Essa disposição surge com conseqüência lógica do princípio da paridade de armas. Aqueles que já estão no exercício do mandato possuem muito mais projeção do que os que buscam o primeiro mandato, e têm toda uma máquina à sua disposição, divulgando seus atos enquanto representante do povo. A propaganda gratuita impede o uso dessa máquina e iguala todos os candidatos possibilitando igual destaque a todos.

O legislador se preocupou, ainda, com a liberdade de expressão, não impondo aos provedores de internet as mesmas vedações aplicadas às empresas de rádio e TV, ao estabelecer o artigo 57-D, que prevê:

Art. 57-D. É livre a manifestação do pensamento, vedado o anonimato durante a campanha eleitoral, por meio da rede mundial de computadores - internet, assegurado o direito de resposta, nos termos das alíneas a, b e c do inciso IV do § 3º do art. 58 e do 58-A, e por outros meios de comunicação interpessoal mediante mensagem eletrônica.

§ 1º (VETADO)

§ 2º A violação do disposto neste artigo sujeitará o responsável pela divulgação da propaganda e, quando comprovado seu prévio conhecimento, o beneficiário à multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais)."

Dessa forma, optou-se pela liberdade de informação, diminuindo as restrições e vedações para a propaganda na internet, permitindo um juízo crítico nesse meio de comunicação. Trata-se de liberdade merecida, pois é um meio que não sofre a pressão política dos meios de comunicação concedidos pelo governo

Reis (2012, p. 189) aborda com maestria o tema:

Analistas, cronistas e jornalistas investigativos estariam fora da comunicação social na internet nos períodos eleitorais, atentando-se, assim, contra a liberdade de exercício da comunicação e da manifestação do pensamento, em frontal desrespeito ao disposto no art. 5º, I (liberdade de manifestação do pensamento) e II (liberdade dos meios de comunicação), da Constituição Federal.

Se assim não fosse, os provedores de acesso "teriam de contentar-se com a divulgação de agendas dos candidatos e a elaboração de matérias sem qualquer juízo crítico ou valorativo." (REIS, Marlon, 2012, p. 189)

Não obstante o grande avanço, o provedor de acesso que não retirar a propaganda tida por irregular, no prazo determinado pela Justiça Eleitoral, fica sujeito a aplicação de multa, conforme previsão legal contida no art. 57-F, vejamos:

Art. 57-F. Aplicam-se ao provedor de conteúdo e de serviços multimídia que hospeda a divulgação da propaganda eleitoral de

candidato, de partido ou de coligação as penalidades previstas nesta Lei, se, no prazo determinado pela Justiça Eleitoral, contado a partir da notificação de decisão sobre a existência de propaganda irregular, não tomar providências para a cessação dessa divulgação.

Parágrafo único. O provedor de conteúdo ou de serviços multimídia só será considerado responsável pela divulgação da propaganda se a publicação do material for comprovadamente de seu prévio conhecimento.

O controle judicial ocorre posteriormente, ou seja, se for configurada a ofensa ao direito de alguém ou verificado que o seu conteúdo incide em vedação legal poderá o responsável pelo ato ficar sujeito ao pagamento de multa, sem prejuízo das demais sanções legais cabíveis.

O TSE analisou por diversas vezes a possibilidade de veiculação de mensagens de cunho eleitoral na Internet antes do período permitido, e decidiu que as redes sociais na Internet constituem meio amplamente utilizados para divulgação de ideias e informações, razão pela qual incide a proibição legal da veiculação de propaganda antes do dia 6 de julho do ano do pleito, data a partir da qual a Lei das Eleições (Lei nº 9.504/97) permite a propaganda eleitoral.

Como dito alhures, a Lei das Eleições prevê que a propaganda eleitoral somente é permitida após o dia 5 de julho do ano da eleição (Lei nº 9.504/97, art. 36, caput). Qualquer propaganda em data anterior é considerada propaganda antecipada e pode motivar a aplicação de multa ao responsável pela divulgação da propaganda e, quando comprovado o seu prévio conhecimento, ao beneficiário.

Para a caracterização da propaganda eleitoral antecipada necessário se faz a presença, ainda que de forma dissimulada, de menção a pleito futuro, pedido de votos ou exaltação das qualidades de futuro candidato.

Ao apreciar a Representação nº 182.524, em 15 de março de 2012, o Tribunal Superior Eleitoral considerou irregular, ou seja, ilícita, o envio de mensagem, feita por candidato, pelo Twitter, antes do dia 6 de julho do ano das eleições, onde o candidato faça expressa menção às suas pretensões eleitorais.

Porém, de forma revolucionária, a Lei 12.034/2009 cria uma situação que não configura propaganda eleitoral extemporânea na internet, com a inclusão do art. 36-A, I, na Lei 9504/1997, vejamos:

Art. 36-A. Não será considerada propaganda eleitoral antecipada:

I - a participação de filiados a partidos políticos ou de pré-candidatos em entrevistas, programas, encontros ou debates no rádio, na televisão e na internet, inclusive com a exposição de plataformas e

projetos políticos, desde que não haja pedido de votos, observado pelas emissoras de rádio e de televisão o dever de conferir tratamento isonômico;

Mais uma vez, o legislador privilegia o debate político e o direito a informação, e permite a divulgação de plataforma de governo e projetos políticos fora do período eleitoral, permitindo ao eleitor conhecer o seu possível candidato, e ao candidato ser conhecido pelo eleitorado.

2.1.2 A Lei 12.891/2013

A chamada "Minirreforma Eleitoral", introduzida pela lei 12.891/2013, repercutiu na disciplina dada pela lei das Eleições à propaganda eleitoral, principalmente à então conhecida propaganda extemporânea. Entrou em vigor em 12.12.2013, o que impossibilitou a sua aplicação para as Eleições de 2014, em razão da incidência do princípio da anualidade das leis eleitorais, previsto no art. 16 da Constituição Federal.

Como cediço, previa o art. 36, caput, da Lei das Eleições, que a propaganda eleitoral só era permitida após o dia 5 de julho do ano do pleito, considerando-se extemporânea ou antecipada qualquer propaganda realizada antes dessa data.

O art. 36-A da mesma lei, por sua vez, estabelecia fatos atípicos em que a propaganda antecipada era descaracterizada, gozando, pois, de permissão legal. De forma mais exata, a lei considera tais condutas como mero exercício da democracia e do direito à informação, algo natural à atuação política.

Assim dispunha o art. 36-A:

Art. 36-A. Não será considerada propaganda eleitoral antecipada:

I – a participação de filiados a partidos políticos ou de pré-candidatos em entrevistas, programas, encontros ou debates no rádio, na televisão e na Internet, inclusive com a exposição de plataformas e projetos políticos, desde que não haja pedido de votos, observado pelas emissoras de rádio e de televisão o dever de conferir tratamento isonômico;

II – a realização de encontros, seminários ou congressos, em ambiente fechado e a expensas dos partidos políticos, para tratar da organização dos processos eleitorais, planos de governos ou alianças partidárias visando às eleições;

III – a realização de prévias partidárias e sua divulgação pelos instrumentos de comunicação intrapartidária;

IV – a divulgação de atos de parlamentares e debates legislativos, desde que não se mencione a possível candidatura, ou se faça pedido de votos ou de apoio eleitoral. (Redação dada pela Lei 12.034/2009)

A "Minirreforma Eleitoral" houve por bem dar nova redação ao caput e aos incisos I a IV, bem como acrescentar o inciso V, e o parágrafo único a esse dispositivo, garantindo maior liberdade de expressão aos pretensos candidatos fora do período permitido à propaganda eleitoral.

Eis as modificações implementadas, analisadas a seguir:

Art. 36-A Não serão consideradas propaganda antecipada e poderão ter cobertura dos meios de comunicação social, inclusive via internet:

I - a participação de filiados a partidos políticos ou de pré-candidatos em entrevistas, programas, encontros ou debates no rádio, na televisão e na internet, inclusive com a exposição de plataformas e projetos políticos, observado pelas emissoras de rádio e de televisão o dever de conferir tratamento isonômico;

II - a realização de encontros, seminários ou congressos, em ambiente fechado e a expensas dos partidos políticos, para tratar da organização dos processos eleitorais, discussão de políticas públicas, planos de governo ou alianças partidárias visando às eleições, podendo tais atividades ser divulgadas pelos instrumentos de comunicação intrapartidária;

III - a realização de prévias partidárias e sua divulgação pelos instrumentos de comunicação intrapartidária e pelas redes sociais;

IV - a divulgação de atos de parlamentares e debates legislativos, desde que não se faça pedido de votos;

V - a manifestação e o posicionamento pessoal sobre questões políticas nas redes sociais.

Parágrafo único. É vedada a transmissão ao vivo por emissoras de rádio e de televisão das prévias partidárias.

A legislação traz uma permissão genérica de pedido de votos na pré-campanha, mediante a supressão da expressão "desde que não haja pedido de votos" no dispositivo de regência; porém a vedação continua na atuação parlamentar, conforme inciso IV.

O inciso V do art. 36-A foi incluído para deixar expresso que não são consideradas propaganda antecipada a manifestação e o posicionamento pessoal sobre questões políticas nas redes sociais. Há que se garantir a livre manifestação sobre assuntos políticos, induzir o debate sobre os atos e projetos que influenciam diretamente na vida do cidadão.

Acessível ao toque de um dedo, distante da influência do poder econômico e político, as redes sociais propiciam um ambiente fértil e propício aos debates sobre os rumos políticos do país, engrandecendo a democracia e fornecendo ao eleitor substrato para o exercício do voto.

A meu ver, trata-se de mais um movimento legislativo para "legalizar" paulatinamente a propaganda eleitoral antes de seu marco inicial tradicional, permitindo uma campanha constante e sem uso de vultosos valores. Obriga os futuros candidatos a melhorarem seus discursos, a trabalharem expondo e ouvindo ideias, de forma a convencer o eleitor com um discurso plausível e de qualidade, abandonando o velho "vote em mim".

Tal medida sinaliza o entendimento apontado no voto contrário do Ministro Gilson Dipp proferido em julgamento realizado em 15 de março de 2012, onde o Tribunal Superior Eleitoral decidiu pela ilicitude do envio de mensagem pelo Twitter, antes de 6 de julho do ano do pleito, onde o candidato faça expressa menção às suas pretensões eleitorais. Vejamos o teor do voto:

Em resumo, a manifestação no Twitter pode justificar direito de resposta, mas não constitui, por si só, meio de provocação de conhecimento geral típico da propaganda eleitoral. O que se alcança no Twitter é, pelo contrário, um universo definido e identificável, certo e conhecido apesar de volátil e fluido, qualquer que seja a modalidade de funcionamento, operação ou atuação dos partícipes envolvidos, com ou sem replicação exponencial. Por consequência, não há participação involuntária ou desconhecida dos seguidores, os quais, pelo contrário, sempre aderem conscientemente ao diálogo. Basta ver, no caso concreto, que o então candidato tinha uma conta no Twitter e se dispôs a responder a quem lhe endereçasse indagações e que, na resposta, os demais, cadastrados ou não, mas voluntariamente, eram seguidos pelas mensagens e réplicas. (Recurso em Representação nº 182524, Acórdão de 15/03/2012, Relator(a) Min. ALDIR GUIMARÃES PASSARINHO JUNIOR, Relator(a) designado(a) Min. MARCELO HENRIQUES RIBEIRO DE OLIVEIRA, Publicação: DJE - Diário de justiça eletrônico, Tomo 094, Data 21/05/2012, Página 101/102 RJTSE - Revista de jurisprudência do TSE, Volume 23, Tomo 2, Data 15/03/2012, Página 65)

Nas palavras de Ramayana (2008, p. 813), "a antecipação da propaganda, além de criar desigualdades entre os candidatos, pois favorece o candidato que desrespeita as normas jurídicas, viola regras de arrecadação e de aplicação de recursos nas campanhas eleitorais...". A propaganda extemporânea, continua o autor, "pode camuflar o abuso do poder econômico", e ainda "é um exemplo de utilização indevida de recursos." (RAMAYANA, Marcos. 2008, p. 813).

Porém, quando autorizada legalmente e feita sem os gastos utilizados para a produção de uma propaganda de TV, atende plenamente ao princípio da igualdade de oportunidades. A divulgação de ideias nas redes sociais não exige o uso de vultosa quantia em dinheiro, e dessa forma não induz ao abuso do poder econômico.

Nessa esteira, mostra-se condizente a alteração legislativa trazida pela reforma eleitoral de 2013 ao expandir o uso da internet, ampliando-se uso de um espaço gratuito para promoção da democracia, garantindo o direito à informação e a liberdade de expressão.

2.1.3 A Lei 13.165/2015

Outra alteração importante ocorrida na Lei das Eleições foi a trazida pela Minirreforma operada em 2015 que, como as anteriores, pretende reduzir os gastos, diminuindo a influência do poder econômico, e garantindo o igualdade de oportunidades entre os candidatos.

Segundo sua exposição de motivos, a finalidade da Lei nº 13.165/2015 é reduzir os custos das campanhas, simplificar a administração dos partidos políticos e incentivar a participação feminina.

De um modo geral, o texto aprovado tem a pretensão de aperfeiçoar a legislação eleitoral e partidária vigente, trazendo alterações pontuais, sem se aprofundar em qualquer questão estruturante do sistema eleitoral e partidário vigente.

De toda sorte, o nosso enfoque neste trabalho é somente no tocante às alterações que afetam a propaganda eleitoral, conferem redução de custos às campanhas e promovem uma maior igualdade eleitoral entre os participantes detentores do poder econômico e político e aqueles que não os detém.

Antes de promulgada a nova lei, os partidos estabeleciam em suas convenções os valores máximos de gastos para cada cargo eletivo, em cada eleição que concorriam, comunicando esse teto à Justiça Eleitoral no pedido de registro das candidaturas. Com a revogação expressa do ar. 17-A e do art. 18, § 1º, da Lei 9.504/97, essa prerrogativa dos partidos deixa de existir.

Com a nova redação do art. 18 da Lei 9.504/97, o Tribunal Superior Eleitoral passa a ter competência para definir os limites de gastos, com base nos parâmetros legais, e levando em consideração os maiores gastos realizados nas eleições anteriores.

Trouxe, também, a alteração do período da propaganda eleitoral, que agora, com a mudança do art. 36 da Lei das Eleições, inicia após o dia 15 de agosto do ano da eleição, reduzindo drasticamente o período de propaganda eleitoral.

Entretanto, a grande inovação ficou por conta da alteração do artigo 36-A da Lei 9.504/97, que transcrevo abaixo:

Art. 36-A. Não configuram propaganda eleitoral antecipada, desde que não envolvam pedido explícito de voto, a menção à pretensa candidatura, a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos e os seguintes atos, que poderão ter cobertura dos meios de comunicação social, inclusive via internet:

.....
 III - a realização de prévias partidárias e a respectiva distribuição de material informativo, a divulgação dos nomes dos filiados que participarão da disputa e a realização de debates entre os pré-candidatos;

.....
 V - a divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas, inclusive nas redes sociais;

VI - a realização, a expensas de partido político, de reuniões de iniciativa da sociedade civil, de veículo ou meio de comunicação ou do próprio partido, em qualquer localidade, para divulgar ideias, objetivos e propostas partidárias.

§ 1º É vedada a transmissão ao vivo por emissoras de rádio e de televisão das prévias partidárias, sem prejuízo da cobertura dos meios de comunicação social.

§ 2º Nas hipóteses dos incisos I a VI do caput, são permitidos o pedido de apoio político e a divulgação da pré-candidatura, das ações políticas desenvolvidas e das que se pretende desenvolver.

§ 3º O disposto no § 2º não se aplica aos profissionais de comunicação social no exercício da profissão.”

A nova regra do art. 36-A, introduzida pela reforma eleitoral de 2015, ampliou as possibilidades de manifestação de pré-candidatos, antes mesmo do marco inicial da propaganda eleitoral, garantindo uma forma de se fazerem conhecidos perante o eleitorado, e introduzirem as ideias que pretendem implementar se escolhidos forem.

Verifica-se que o dispositivo em análise passou a permitir, mesmo antes de 16 de agosto, o pedido de apoio político, a divulgação de pré-candidatura e de ações políticas desenvolvidas pelo pré-candidato. Assim, para que fique caracterizada a propaganda antecipada é imprescindível que, subordinado a estas condutas, haja também o pedido expresso de votos.

Para José Jairo Gomes (2012, p.492) “resta esmaecido o rigor das restrições impostas pelo artigo 36 à propaganda extemporânea”, tão extensas as hipóteses arroladas no referido artigo.

E vai além o renomado Autor:

Tal esmaecimento é bem evidenciado ao se considerar a regra do § 2º daquele artigo que permite “o pedido de apoio político e a divulgação da pré-candidatura, das ações políticas desenvolvidas e das que se pretende desenvolver”. Isso só não é permitido “aos profissionais de comunicação social no exercício da profissão” (§3º).

A despeito de o caráter subliminar ser definido pela capacidade de incutir uma ideia sem que o ato seja percebido pelo destinatário, o caput do art. 36-A exige para caracterização da propaganda extemporânea, como já dito acima, o pedido expresso de votos. Portanto, a influência indireta do ato no eleitorado, por meio de mensagens subliminares, não estaria sujeita a repreensão.

2.2 A Evolução Legislativa e a Evolução do Eleitor na Internet

A sociedade tem passado por um período de grande evolução, no conhecimento, tecnologia, e em novas forma de comunicação, o que repercutiu no meio eleitoral. Acompanhando essa evolução, a legislação vem se aperfeiçoando para acompanhar as campanhas, os candidatos e garantir a manutenção da democracia. O eleitor, enquanto participante do prélio eleitoral, também tem acompanhado essa evolução, lutando por maior participação no governo, enquanto real detentor do poder.

Em que pense toda a evolução legislativa abraçando a internet como um lugar propício à proliferação do debate político, permitindo o uso das redes sociais, inclusive, em período anterior ao estipulado para início da propaganda eleitoral – após 15 de agosto do ano da eleição – para divulgar propostas, plataformas de governo, os usuários ainda não acompanharam plenamente tal evolução.

As recorrentes alterações na legislação eleitoral sinalizam para o amadurecimento legislativo em busca da promoção da propaganda no meio digital, garantindo ao detentor do poder uma maior participação e fiscalização, e aos candidatos maior exposição e direito de manifestação. Promove a igualdade entre os candidatos a um baixíssimo custo.

Passamos de uma fase em que sequer era permitido o uso da internet para outra onde se permite amplamente a manifestação daqueles que almejam um cargo político, antes mesmo do período eleitoral, quebrando os antigos paradigmas da propaganda eleitoral antecipada.

Essa evolução se deu, em grande parte, para conter o abuso do poder econômico e político, que tem um grande peso nos meios de comunicação que são concedidos pelo governo. Assim, por ser um meio de divulgação gratuito, as redes sociais igualam candidatos detentores do poder e aqueles que buscam seu primeiro mandato.

Marlon reis (2012, p. 190), de forma simples cita as razões para o tratamento diferenciado das redes sociais:

Diversas razões cooperam para que se confira tratamento diferenciado à matéria:

I – Contenção do abuso do poder – em primeiro lugar, deve-se ter presente que a finalidade da legislação, ao estabelecer um marco temporal em cujo interior todos os candidatos estão autorizados a fazer campanha tem por objetivo assegurar a “paridade de armas”, evitando que os poderes econômico e político sejam utilizados para alavancar antecipadamente a candidatura das pessoas que estejam dispostas a utilizá-la abusivamente.

No caso do Twitter, esse risco inexistente, já que se trata de ferramenta de uso gratuito, a todos disponibilizadas mediante fácil e desburocratizado cadastramento. Todos os candidatos podem, assim que o desejem, veicular informações destinadas a seus seguidores, grupo de pessoas que voluntariamente passou a acompanhar o seu perfil. Nada disso ocorre no rádio e na TV, cujas ondas propagam som e imagem que podem alcançar públicos que por isso não optaram conscientemente.

II – Confiança – o simples fato de uma mensagem ser postada por meio de um tuíte (tweet) não indica que ela será merecedora de qualquer relevância. Só os eleitores que confiam no emissor e no conteúdo emprestarão a ela qualquer observação mais detida. O volume de informações disponível no microblog é imenso e o autor da mensagem depende de interesse do destinatário para captar-lhe a atenção. Esse interesse só pode decorrer do estabelecimento prévio de confiança.

(...)

V. – Transparência. A proibição de que os candidatos se expressem livremente por meio do microblog pode gerar um mal ainda maior: a contratação de profissionais para disseminar pela internet, de forma não transparente, os interesses eleitorais do interessado.

VI – Redução das chances para candidatos sem poder econômico. Como o Twitter é gratuito, pode ser utilizado indistintamente por qualquer candidato. Aqueles que detêm maior capacidade de gerar empatia ficam proibidos de sensibilizar pessoas que já a seguem voluntariamente. Viola-se, assim, a liberdade de pensamento e de opinião, sem que transporeça qualquer justificativa constitucionalmente válida para justificar o contrário.

Agir de forma diferente, e “negar ao eleitor o direito de integrar comunidades para receber informações do seu interesse em matéria política constitui aberta afronta ao princípio da liberdade”, e por conseguinte afronta à democracia. (REIS, Marlon. 2012, p. 191)

Ocorre que o legislador vem, paulatinamente, acompanhando esse progresso, mesmo que de forma acanhada, por vezes, mas legislando em favor da democracia, porém, o nível de participação e maturidade política do eleitor não vem acompanhando essa evolução.

Neste mundo de redes sociais, vivemos no DataBolha; aquele círculo fechado de pessoas que pensam como nós, cujas postagens são incessantemente expostas em nossos murais pelos algoritmos que só

nos querem felizes e... que sigamos usando as redes sociais. (NEISSER, 2016).

Falta ao eleitor a maturidade para realmente usar as redes sociais como instrumento democrático de propagação de ideias, e debater a política e os rumos do seu país. Questionar os pré-candidatos, conhece-los o melhor possível, fazer valer o seu direito constitucional de informação, e pôr em prática a democracia.

Mas, ao contrário, se dividem em grupos de apoiadores e não apoiadores, que não estão dispostos a debater e contrapor as ideias contrárias, ante a ausência de base sólida para argumentação. Os meios estão à disposição para manifestações e troca de ideias, mas ainda é subutilizado pelos eleitores no tocante ao exercício da democracia.

Em entrevista ao site Agência Brasil, a pesquisadora Esther Solano, professora de Relações Internacionais da Universidade Federal de São Paulo, explica que os ânimos muito acirrados dos jovens e sua visão infantilizada do política faz com que seja impossível o debate entre eles.

De acordo com a professora, a tendência é que os manifestantes, por se manterem em "guetos ideológicos" em suas redes sociais (maior meio de mobilização atual), não tenham uma visão crítica sobre a conjuntura política e criem a imagem de heróis e vilões dentro do jogo político. "O debate político já não é um debate de ideias; é quase que moral entre bem e mal, entre figuras simbólicas, heróis... um debate muito infantilizado", explica.

Resta-nos a conclusão de que, apesar da evolução legislativa quanto a promoção da propaganda eleitoral na internet, esta não está cumprindo integralmente o seu papel de promoção do debate político, ante a imaturidade dos eleitores no uso das redes sociais.

3. O Critério Interpretativo do TRE/MT acerca do art. 36-A

Aqui propomos estudar o critério interpretativo do Tribunal Regional Eleitoral do Estado de Mato Grosso acerca do art. 36-A da Lei das Eleições, e identificar se o tribunal vem acompanhando o entendimento do E. TSE de que a Justiça Eleitoral deve interferir o mínimo possível no debate democrático.

Verificamos que a legislação eleitoral avançou no sentido de promover a propaganda na internet, incentivando a divulgação de ideias, exposição de

plataformas políticas, experiências, fora do período eleitoral, permitindo ao eleitor conhecer aqueles que serão candidatos na próxima eleição.

Agora resta-nos identificar se os julgadores também acompanharam a evolução legislativa, e como a interpretam frente aos casos concretos, se garantem o direito fundamental a informação do eleitor e do candidato.

Para tanto, analisaremos alguns julgados do Egrégio Tribunal Regional Eleitoral de Mato Grosso, iniciando pelo Recurso Eleitoral interposto na Representação 71457, que tem a seguinte ementa:

RECURSO ELEITORAL. PROPAGANDA ELEITORAL. EXEMPORÂNEA/ANTECIPADA. INTERNET. MIDIA SOCIAL FACEBOOK. CONFIGURAÇÃO. MULTA. RECURSO DESPROVIDO.

1. Configura-se propaganda eleitoral extemporânea aquela veiculada na mídia social facebook em período que antecedeu a época permitida para a propaganda eleitoral, por meio da qual o candidato deixa claro sua pretensão de concorrer no pleito, o partido político ao qual estava filiado e o pedido de voto, ainda que de forma implícita.

2. Revela-se razoável a condenação em patamar mínimo legal, vez que compatível com o contexto dos autos.

3. Recurso desprovido.

(Representação nº 71457, Acórdão nº 25206 de 17/12/2015, Relator(a) PAULO CÉZAR ALVES SODRÉ, Publicação: DEJE - Diário de Justiça Eletrônico, Tomo 2066, Data 22/01/2016, Página 8)

O presente julgado refere-se a fato ocorrido em 04/07/2014, ainda sob a égide da reforma eleitoral promovida pela Lei 12.891/2013. O Recurso analisa a postagem de pré-candidato na rede social *facebook*, em foto ao lado do Prefeito do Município de Cuiabá, exaltando as qualidades do então prefeito, e finalizando com a frase: **Vamos juntos com os amigos e companheiros rumo a Assembleia Legislativa para fazermos diferente!!!! Vamos Max 40000"**

O Relator do processo, Dr. Paulo César Alves Sodré, entendeu presentes os requisitos da propaganda extemporânea, e vislumbrou o pedido de voto implícito na frase: "Vamos Max 40000". Entendeu que a frase do então pré-candidato representava um "chamamento para que o elegessem".

Ocorre que a alteração legislativa implementada pela Lei 12.891/2013 trouxe uma permissão genérica de pedido de votos na pré-campanha, mediante a supressão da expressão "desde que não haja pedido de votos" existente no inciso I, do artigo 36-A. De forma diversa, o Relator entendeu presente o pedido de voto implícito na frase do pré-candidato, mantendo a condenação de primeiro grau.

Posteriormente, em 2016, já sob o manto da minirreforma eleitoral promovida em 2015 (Lei 13.165/2015), o Tribunal Regional Eleitoral de Mato Grosso analisou o Mandado de Segurança 2894 que tinha por escopo o trancamento de Procedimento Administrativo (Poder de Polícia) para retirada de suposta propaganda eleitoral extemporânea no *Facebook*. Trata-se de inserções de fotos e informações no perfil social *Facebook* do impetrado em benefício de seu filho, suposto candidato a vereador.

Apesar de não haver pedido explícito de voto nas fotos e publicações, o TRE/MT entendeu razoável afastar a interpretação literal do *novel* art. 36-A da Lei das eleições e considerou que as postagens traziam pedido implícito de voto "camuflada em suposta divulgação de atividade parlamentar", conforme ementa abaixo:

ELEIÇÕES 2016. MANDADO DE SEGURANÇA. TRANCAMENTO DA PETIÇÃO. PROPAGANDA ANTECIPADA. PEDIDO DE LIMINAR NEGADO. MÉRITO. CARACTERIZAÇÃO PROPAGANDA. FACEBOOK. MINIRREFORMA ELEITORAL. INTERPRETAÇÃO EXCLUSIVAMENTE LITERAL AFASTADA. PEDIDO EXPLÍCITO DE VOTO. DENEGAÇÃO DA ORDEM.

1. Nega-se liminar para trancamento de petição protocolizada em feito de propaganda eleitoral antecipada por não vislumbrar no caso os elementos autorizadores à sua concessão.

2. A minirreforma eleitoral (Lei n. 13.165/2015) quebrou alguns paradigmas em relação à propaganda eleitoral antecipada (art.36-A), autorizando a propaganda com menção à pretensa candidatura, a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos e determinados atos que poderão ter cobertura dos meios de comunicação social, inclusive via internet, a exemplo do "Facebook", desde que não envolvam pedido explícito de voto. Não autorizou, contudo, a propaganda eleitoral antecipada.

3. Para que ocorra um pedido explícito de voto não se exige que haja a expressão direta de pedido de voto, como por exemplo, "vote em mim". O conjunto de elementos no caso concreto deve ser apreciado segundo as novas diretrizes.

4. Afastada a interpretação literal da norma, configura-se "pedido explícito de votos", a propaganda eleitoral com divulgação de reiteradas postagens na página oficial de rede social facebook de parlamentar eleito e no exercício do mandato, camuflada em suposta divulgação de atividade parlamentar, mas com intuito de apresentar seu filho como pretense candidato nas eleições municipais de 2016, além de sua própria candidatura como Prefeito, dirigido a empresas e eleitores localizados no reduto eleitoral de ambos, declarando apoio àquela candidatura e convidando o público para o compartilhamento de tais mensagens.

5. Denega-se a segurança.

(Mandando de Segurança nº 2894, Acórdão nº 25381 de 12/04/2016, Relator(a) PAULO CÉZAR ALVES SODRÉ, Publicação: DEJE - Diário de Justiça Eletrônico, Tomo 2127, Data 28/04/2016, Página 2)

Novamente, adotando um posicionamento contrário ao espírito da lei, sem acompanhar a evolução legislativa, o julgador deixa de garantir o direito fundamental de informação do eleitor e o direito fundamental do candidato em ser conhecido, e considera ilícita uma forma de publicidade autorizada, e em razão disso mantém-se estagnado no tempo.

Sustenta o eminente relator que a atitude do então candidato “flerta com o abuso do poder econômico e o uso indevido dos meios de comunicação”, e traz desequilíbrio ao pleito eleitoral, vez que não é permitido a mesma atitude aos demais candidatos.

Flagrantemente nega à lei a sua interpretação literal, reprimindo uma forma de propaganda lícita, permitida por lei, sob o argumento de garantir o equilíbrio entre os candidatos. Negar o uso, nos moldes legais, de uma propaganda de custo ínfimo é implementar o desequilíbrio no pleito, uma vez que a todos é permitido e possível o uso das redes sociais para se apresentarem enquanto postulantes a um cargo eletivo.

Recentemente, o Tribunal Superior Eleitoral julgou o primeiro caso de representação por propaganda antecipada, envolvendo postagem em rede social de perfil pessoal de candidato. O tribunal, por unanimidade, anulou a multa aplicada por suposta propaganda eleitoral extemporânea por meio do Facebook para as eleições de 2016.

Ao prover o recurso, o ministro Luiz Fux afirmou que, “na mensagem colocada no Facebook pelo pré-candidato, não há pedido explícito de voto, mas apenas a divulgação do número do partido”. Para o ministro, a falta de pedido expresso de votos, mas havendo tão somente a menção à pretensa candidatura e à exaltação das qualidades pessoais do pré-candidato, não configura propaganda eleitoral extemporânea nos termos do dispositivo da lei.

Ainda, segundo o eminente julgador, não houve prejuízo à paridade de armas, pois qualquer eventual competidor, que assim quisesse, poderia divulgar suas ideias e opiniões no mesmo espaço, que inclusive é gratuito, e não sofre interferência do poder econômico.

Interessante destacar as premissas do voto do Ministro, que se vale do direito fundamental, do candidato e do eleitor, à informação e da liberdade de expressão para trilhar o entendimento da ausência de propaganda extemporânea.

Justifica, o Ministro, que a liberdade de expressão é requisito de funcionamento de um estado democrático, pois há que se permitir ao cidadão ser

informado de tudo que diz respeito a eventual candidato, para que tenha tempo de conhece-lo e verificar suas credenciais para o exercício de um cargo político, e só assim exercitar o voto consciente.

A redução do tempo de campanha e o fim das doações por pessoas jurídicas, impõem aos participantes do pleito a busca por novas formas de alcançar o eleitor, e as redes sociais atendem perfeitamente a este desiderato, sem sofrer a interferência indevida do poder econômico, por tratar-se de veiculação sem custos, harmonizando com os critérios norteadores da minirreforma.

De outra banda, temos o dever de prestar contas dos parlamentares que referenda o princípio Republicano, e traz consigo o direito à ampla divulgação de ideias fora do período eleitoral, que só é delimitado para garantir a igualdade de chances ente os candidatos e abrandar a captação ilícita de votos com uso do poder econômico e político.

Por fim, expõe que a interferência da justiça eleitoral em uma propaganda de baixo custo acaba por esvaziar o período democrático de debates e limita a interação cidadão x candidato, necessária para a garantia do regime democrático. O mundo atual exige o confronto de ideias, até mesmo para aperfeiçoar os planos políticos do concorrentes, trazendo mais qualidade ao pleito.

O Ministro Fux, ao julgar o tema, não foi distante à inovação legislativa e balizou com precisão o alcance da norma. Se fosse aplicar a norma com o conservadorismo afeto aos demais julgadores, e censurar os chamados "pedidos implícitos de votos", provocaríamos um hibridismo legal, ao sabor da visão subjetiva dos julgadores. Estaríamos, pois, adaptando desnecessariamente o sistema novo a valores antigos sepultados com a legislação revogada.

Conclusão

A Internet é fenômeno irreversível, esta é a grande certeza, é inimaginável uma sociedade sem esse expediente. No meio político ela foi entrando aos poucos e hoje já é instrumento de transparência e barateamento. Para o eleitor representa, além de transparência, garante a oportunidade de conhecer os atores políticos, seus projetos, sua história, e questiona-los quanto aos planos que pretendem implementar, promovendo a verdadeira democracia.

A propaganda eleitoral é vital para a democracia, qualificando-se como direito e garantia individual do candidato e do eleitor decorrente dos direitos ao voto e à

liberdade de expressão. Nesta condição, uma vez que tem apoio na Lei Maior, em leis infraconstitucionais e na Declaração Universal dos Direitos do Homem, a propaganda eleitoral é direito e dever com ampla base jurídica que não pode ser abolida, cabendo ao Estado garanti-la aos seus destinatários, nos limites e na forma da lei

Inicialmente a capacidade do novo instrumento na área eleitoral está abrandada, se comparada com sua real capacidade. Falta aos eleitores maturidade para participar na construção da democracia, discutindo política de forma construtiva em prol do bem maior. Em razão disso, essa potencialidade está reduzida.

Considerando que a propaganda na internet facilita o acesso, a obtenção e a divulgação de informações e ideias, estimula o exercício da cidadania e, quando utilizada com responsabilidade e em obediência à legislação eleitoral, constitui importante ferramenta para o aperfeiçoamento do sistema democrático brasileiro, sua regulamentação constitui desafio à Justiça Eleitoral, que, ao apreciar casos concretos e suas peculiaridades, terá que assegurar, de um lado, os direitos fundamentais da liberdade de informação e expressão, e, de outro, a igualdade de oportunidade dos candidatos, a normalidade e a legitimidade das eleições contra a influência do poder econômico.

O atual legislador pátrio colaborou positivamente, com a edição da mini reforma eleitoral, autorizando várias formas de uso da Internet. Saiu do tradicionalismo seguido pelas Resoluções do Tribunal Superior Eleitoral, consentindo com o uso de redes sociais, blogs, correios eletrônicos, debates virtuais, mesmo antes do período eleitoral.

A nova legislação prevê a forma de uso e os impedimentos na Internet, impondo severas sanções, não apenas ao autor como até ao favorecido da propaganda irregular. Mesmo as provedores de acesso podem ser punidos, desde que tenham prévia notícia da ilicitude. Proibiu, diligentemente, a veiculação de publicidade dispendiosa, reiterando o princípio da paridade de armas e impedindo o abuso do poder econômico e político.

Considerando esses fatores, a Internet ainda não é aparelho capaz de atuar decisivamente na conformação da democracia plena, pois seu emprego ainda está sendo de maneira muito acanhada.

Conclui-se que, a despeito da evolução legislativa, os julgadores carecem de evoluir na aplicação dos comandos legais, com a finalidade garantir a preservação

dos princípios da igualdade, liberdade da manifestação de pensamento e legalidade, especialmente no âmbito de um Estado Democrático de Direito,

Permanece a expectativa da constituição de um Brasil com representantes públicos mais compromissados com a res pública, de um povo mais preocupado com o destino da nação, pois a política é muito importante para ficar simplesmente nas mãos dos políticos. Este desígnio precisa ser alcançado mediante método legítimo, permeado vastamente pela informação, direito essencial, acomodado por meio de instrumento social legitimamente benquisto, a Internet.

Referências

BRASIL. Tribunal Regional Eleitoral do Estado de Mato Grosso. Mandando de Segurança nº 2894, Acórdão nº 25381 de 12/04/2016, Relator(a) PAULO CÉZAR ALVES SODRÉ, Publicação: DEJE - Diário de Justiça Eletrônico, Tomo 2127, Data 28/04/2016, Página 2

Brasil. Tribunal Regional Eleitoral do Estado de Mato Grosso. Representação nº 71457, Acórdão nº 25206 de 17/12/2015, Relator(a) PAULO CÉZAR ALVES SODRÉ, Publicação: DEJE - Diário de Justiça Eletrônico, Tomo 2066, Data 22/01/2016, Página 8

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Recurso Especial Eleitoral nº 5124, Acórdão, Relator(a) Min. Luiz Fux, Publicação: PSESS - Publicado em Sessão, Data 18/10/2016

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Recurso em Representação nº 182524, Acórdão de 15/03/2012, Relator(a) Min. ALDIR GUIMARÃES PASSARINHO JUNIOR, Relator(a) designado(a) Min. MARCELO HENRIQUES RIBEIRO DE OLIVEIRA, Publicação: DJE - Diário de justiça eletrônico, Tomo 094, Data 21/05/2012, Página 101/102 RJTSE - Revista de jurisprudência do TSE, Volume 23, Tomo 2, p. 65, mar. 2012.

CERQUEIRA, Camila Albuquerque, CERQUEIRA, Thales Tácito. Direito Eleitoral Esquemático. São Paulo: Saraiva, 2011.

Declaração Universal dos Direitos Humanos. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001394/139423por.pdf>. Acesso em: fev. 2017.

FILHO, Edgar Manoel Azevedo. As bases jurídicas que garantem através dos direitos e deveres a propaganda eleitoral. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/27310/as-bases-juridicas-que-garantem-atraves-dos-direitos-e-deveres-a-propaganda-eleitoral>. Acesso em: fev. 2017.

FRANÇA, Andressa Silvério Terra; MARTINS Fernando Rafael Santos; BRAGA, Sérgio Soares. Internet, democracia e política num ano eleitoral. Curitiba: Tribunal Regional Eleitoral do Paraná, 2006. Paraná Eleitoral, n.60, p.37-68, abri./jun. 2006.

GOMES, José Jairo. Direito Eleitoral. 9. Ed. São Paulo: Atlas, 2013.

_____. Direito Eleitoral. 12. Ed. São Paulo: Atlas, 2016.

JUNIOR, Irinei Francisco Barreto; MUSCAT, Marcel Machado. Aspectos Normativos da Propaganda Eleitoral na Internet. Revista Direitos Emergentes na Sociedade Global. Santa Maria, n. 2, p. 297-309, jul.dez/2012. Disponível em <http://dx.doi.org/10.5902/231630546839>. Acesso em: mar. 2017.

LEMOS, Rogério Takayassu. Propaganda eleitoral extemporânea: a propaganda eleitoral extemporânea e a liberdade de expressão. Paraná Eleitoral, Curitiba, n. 71, 2009. Disponível em: <http://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/312>. Acesso em: mar. 2017

MARQUES, Luíza Cristina Nascimento da Costa. O Abuso do Poder Político como Meio para Captação de Votos. Disponível em: <http://www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/tre-am-monografia-luiza-cristina-nascimento-da-costa-marques>>. Acesso em: mar. 2017.

NEISSER, Fernando. Eleições e internet: uma relação ainda frustrada. Set. 2016 Disponível em: < http://www.ponderagens.com.br/internet_eleicoes/>. Acesso em: mar. 2017.

PARDO, Roselha Gondim dos Santos. Liberdade de Expressão x Propaganda Eleitoral. Disponível em: <http://www.tse.jus.br/institucional/escola-judiciaria-eleitoral/revistas-da-eje/artigos/revista-eletronica-eje-n.-3-ano-3/liberdade-de-expressao-x-propaganda-eleitoral>>. Acesso em: mar. 2017.

RAMAYANA, Marcos. Direito Eleitoral. 8. Ed. Rio de Janeiro: Impetus, 2008.

REIS, Márlon. Direito Eleitoral Brasileiro. Brasília: Alumnus, 2012.

SANTANA, Ana Elisa. Debate político no Brasil está "infantilizado", diz pesquisadora. Disponível em: < <http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2016-03/debate-politico-no-brasil-esta-infantilizado-diz-pesquisadora>>. Acesso em: abril 2017.

SILVA, Alan Rogério Mansur. Minirreforma eleitoral: conheça as principais mudanças que podem impactar as Eleições 2014. Disponível em: < <https://blog.ebeji.com.br/minirreforma-eleitoral-conheca-as-principais-mudancas-que-podem-impactar-as-eleicoes-2014/>>. Acessado em: mar. 2017.