

A PROPAGANDA ELEITORAL NOS MEIOS ELETRÔNICOS: PARÂMETROS DA RESOLUÇÃO TSE N. 23.370/2011

Jair Eduardo Santana(*)

Mestre e Direito do Estado pela PUC/SP. Advogado, parecerista e professor. Presta consultoria e assessoramento técnico para entidades públicas e privadas. Conferencista e palestrante presente em todos os Estados brasileiros e no exterior, sempre tratando de temas ligados ao Direito Público e à Governança. Autor de diversos livros e artigos publicados em revistas especializadas. Atuou por 18 anos na magistratura estadual de Minas Gerais onde exerceu a judicatura eleitoral.

Fábio Luís Guimarães(*)

Pós-graduado pela Escola de Governo da Fundação João Pinheiro. Procurador Municipal, advogado e conferencista. Autor de livros e artigos publicados sobre Direito Eleitoral.

(*) São autores do livro “Direito Eleitoral – Para Compreender a Dinâmica do Poder Político”, 4ª ed., 2012, Editora Fórum.

Propaganda eleitoral pelos meios eletrônicos. Com as inovações oriundas da Lei n.º 12.034/2009, o uso dos meios eletrônicos passou a ser o mais novo veículo de propaganda eleitoral a ser minuciosamente regrado. E já não era sem tempo: segundo o *Ibope NetRatings*, o Brasil é o quinto país mais conectado do mundo, com um número crescente de casas com acesso à *internet*.

De acordo com o texto da lei, a propaganda eleitoral poderá ser veiculada em site do próprio candidato ou de seu partido ou coligação, por e-mail ou por meio de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e assemelhados (art. 57-B da Lei n.º 9.504/97), desde que feita gratuitamente e a partir do dia 05 de julho do ano eleitoral.

Embora a previsão legal, ainda faltava clareza no marco regulatório da propaganda eleitoral eletrônica, tendo em vista a série de situações analisadas judicialmente sobre o uso de e-mail, do twitter, dos torpedos etc. como mensagens propriamente eleitorais.

Atualmente, após amplo debate judicial, diferencia-se as redes sociais dos veículos de comunicação eletrônica, justamente para reconhecer a plena aptidão destes para promover a propaganda eleitoral (TSE, Recurso na Representação n.º 1825-24/DF, relatado pelo Ministro Marcelo Ribeiro, publicado no Informativo TSE, ano XIV, n.º 14, Brasília, 21 a 27 de maio de 2012).

Para as eleições municipais de 2012, foi editada a Resolução TSE n.º 23.370, de 13 de dezembro

de 2011, para estabelecer os parâmetros de legalidade da propaganda eleitoral, inclusive aquela veiculada por meios eletrônicos, como se verá a seguir.

Limitações quanto à forma da propaganda eleitoral eletrônica. De acordo com a Resolução TSE n.º 23.370, existem alguns parâmetros formais para a veiculação de propaganda eleitoral pelos meios eletrônicos:

- 1) permite-se a partir de 5 de julho de 2012, não se suspendendo entre 48 horas antes até 24 horas depois da eleição e será removida em até 30 dias após a eleição;
- 2) será feita gratuitamente e em língua nacional;
- 3) poderá ser feita em site do candidato, do partido ou da coligação, por meio de e-mail ou por meio de blogs, redes sociais e assemelhados;
- 4) não será veiculada em sites de pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos, ou sites oficiais ou hospedados por órgãos ou entidades da Administração Pública direta ou indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios;
- 5) não poderá utilizar simulador de urna eletrônica de votação;
- 6) mencionará a legenda dos partidos que compuserem a plataforma de campanha;
- 7) a propaganda de candidato a Prefeito constará o nome do candidato a Vice-Prefeito, em tamanho não inferior a 10% do nome do titular.

Limitações quanto ao conteúdo da propaganda eleitoral eletrônica. A Resolução enumera os conteúdos vedados em propaganda eleitoral:

- 1) promoção de guerra, de processos violentos para subverter o regime, a ordem política e social, ou de preconceitos de raça ou de classes;
- 2) que provoque animosidade entre as Forças Armadas ou contra elas, ou delas contra as classes e as instituições civis;
- 3) de incitamento de atentado contra pessoa ou bens;
- 4) de instigação à desobediência coletiva ao cumprimento da lei de ordem pública;
- 5) que implique oferecimento, promessa ou solicitação de dinheiro, dádiva, rifa, sorteio ou vantagem de qualquer natureza;
- 6) que perturbe o sossego público, com algazarra ou abuso de instrumentos sonoros ou sinais acústicos;
- 7) por meio de impressos ou de objeto que pessoa inexperiente ou rústica possa confundir com moeda;
- 8) que prejudique a higiene e a estética urbana;
- 9) que caluniar, difamar ou injuriar qualquer pessoa, bem como atingir órgãos ou entidades que exerçam autoridade pública;
- 10) que desrespeite os símbolos nacionais;
- 11) que doe, ofereça, prometa ou entregue ao eleitor, com o fim de obter-lhe o voto, bem ou vantagem pessoal de qualquer natureza, inclusive emprego ou função pública, desde o registro da candidatura até o dia da eleição.

Vedações aos agentes operadores da mídia eletrônica. Aos agentes que operam as mídias eletrônicas são vedados:

- 1) o anonimato durante a campanha eleitoral, devendo ser garantido o direito de resposta;
- 2) utilizar, doar, vender ou ceder cadastro eletrônico de clientes em favor de candidatos, partidos ou coligações;

- 3) deixar de retirar propaganda eleitoral irregular, uma vez notificado pela Justiça Eleitoral para a fazer cessar;
- 4) não permitir o descadastramento de envio de mensagem eleitoral eletrônica pelo destinatário.

Aspectos penais do uso irregular da propaganda eleitoral eletrônica. Constituem crimes:

- 1) divulgar, na propaganda, fatos que se sabem inverídicos, em relação a partidos ou a candidatos, capazes de exercerem influência perante o eleitorado;
- 2) caluniar alguém, na propaganda eleitoral ou para fins de propaganda, imputando-lhe falsamente fato definido como crime, ou proferir ou divulgar imputação sabidamente falsa;
- 3) difamar alguém, na propaganda eleitoral ou para fins de propaganda, imputando-lhe fato ofensivo à sua reputação;
- 4) injuriar alguém, na propaganda eleitoral ou visando a fins de propaganda, ofendendo-lhe a dignidade ou o decoro;
- 5) inutilizar, alterar ou perturbar meio de propaganda devidamente empregado;
- 6) impedir o exercício de propaganda;
- 7) utilizar o candidato da organização comercial de vendas, distribuição de mercadorias, prêmios e sorteios para propaganda ou aliciamento de eleitores;
- 8) fazer propaganda, qualquer que seja a sua forma, em língua estrangeira;
- 9) participar o estrangeiro ou brasileiro que não estiver no gozo dos seus direitos políticos de atividades partidárias, inclusive comícios e atos de propaganda em recintos fechados ou abertos;
- 10) dar, oferecer, prometer, solicitar ou receber, para si ou para outrem, dinheiro, dádiva, ou qualquer outra vantagem, para obter ou dar voto e para conseguir ou prometer abstenção, ainda que a oferta não seja aceita.

Controle de legalidade da propaganda eleitoral eletrônica. Constitui direito intrínseco à elegibilidade a ampla expressão dos atos relativos à campanha, com o pedido de voto, mediante o uso dos meios lícitos de propaganda eleitoral. Evidentemente que a própria Lei das Eleições (Lei n. 9.504/97) não desdenha do fato de haver excessos, usos indevidos, abusos na liberdade de expressão eleitoral, prevendo a representação como meio idôneo de provocar seu controle judicial.

O processamento da representação é feito sumariamente. Após seu ajuizamento, o candidato arguido será intimado para retirar ou regularizar a propaganda em 48 horas e ainda para apresentar defesa. Após vista ao Ministério Público Eleitoral, decidirá o juízo em até 24 horas, com possibilidade de recurso em igual período.

Admite-se, no âmbito da representação, a possibilidade de suspender-se o acesso a todo o conteúdo informativo dos sítios da internet por 24 horas, em caso de descumprimento.