® BuscaLegis.ccj.ufsc.br

A propaganda eleitoral na internet

André Augusto Lins da Costa Almeida*

SUMÁRIO: 1- Introdução; 2- Regulamentação; 3- A propaganda eleitoral através das ferramentas de comunicação via Internet; 3.1- Home pages; 3.2- Bate-papo (chat); 3.3- Correio Eletrônico (e-mail); 4-Conclusão.

1. INTRODUÇÃO

A Internet chegou no Brasil em 1988, sendo inicialmente restrita a universidades e centros de pesquisas, até que a Portaria de no. 295 de 20/07/95 possibilitou às empresas denominadas provedores de acesso comercializar o acesso à Internet.1 A partir daí, o número de internautas vem se multiplicando a cada dia, estimando-se, em julho de 2002, que já existiam no Brasil 14 milhões de cidadãos com acesso à Internet em residências.2

Assim, a Internet tornou-se um importante meio de interação entre as pessoas, que hoje podem comunicar-se instantaneamente a partir de qualquer lugar do planeta.

Nesse contexto, surgiu um nova plataforma e-leitora?, onde a facilidade para transmitir informações e o baixo custo têm conquistado um grande número de candidatos que desejam utilizar a Internet para se promover e suprir o resumido espaço de tempo que lhes é destinado no rádio e na televisão.

Hoje, a maioria dos partidos políticos possui ?home pages?, através das quais divulgam seus programas de governo, dados dos candidatos, fotos, músicas da campanha, agenda de compromissos e notícias sobre o pleito.

Ao se referir sobre a importância da Internet nas eleições, Carla Dazzi afirma: ?no que depender de marqueteiros e coordenadores de campanha, a Internet também pode virar estrela este ano. Nem de longe a novata tem intenção de concorrer ou arranhar o prestígio da tevê. Os estrategistas de campanha têm plena consciência que a eleição não se ganha na Web. Mas ela pode ajudar.?3

2. REGULAMENTAÇÃO

No intuito de combater abusos eleitorais na Internet, o deputado federal Nelson Proença, apresentou o projeto de lei no. 2.358, de 2000, que altera a Lei das Eleições (Lei nº 9.504, de 30/11/97), regulamentando a propaganda eleitoral na Internet.

Segundo a proposição, seria concedido à Internet o mesmo tratamento atribuído à propaganda eleitoral no rádio, jornal e televisão. Dessa forma, também seria proibida na rede mundial de computadores a veiculação de programa eleitoral que desse tratamento privilegiado a candidato, partido ou coligação, como também a transmissão de entrevistas, imagens ou textos que identificassem determinado candidato ou em que houvesse manipulação de dados, prevendo também o direito de resposta e o pagamento de multa caso haja infração a essas normas.

Aduz o referido deputado federal que qualquer mensagem que de forma direta, indireta, dissimulada ou mesmo subliminar ligando partido político, coligação, agremiação, entidade de classe a candidato ou pré-candidato será considerada propaganda eleitoral quando veiculada pela Internet.?4 Infelizmente, o citado projeto de lei encontra-se parado há dois anos.5

Diante da inexistência de legislação específica para a propaganda eleitoral na Internet, o Tribunal Superior Eleitoral, desde as eleições municipais do ano de 20006, regulamentou, para sites de candidatos, o uso do domínio ?www.nome_do_candidato_número_do_candidato.can.br, como forma de organizar a propaganda na Internet. Nesse sentido, o Tribunal Superior Eleitoral elaborou uma ?home page? orientando sobre o registro desse domínio especial.

Para as eleições de 2002, o TSE elaborou a resolução n° 20.988, de 21/02/2002, segundo a qual o candidato que quiser publicar sua home page na Internet deverá providenciar seu registro com a nomenclatura http://www.nomedocandidatonumerodocandidatouf.can.br, sendo proibida qualquer propaganda eleitoral através de páginas de provedores de serviços de acesso à Internet, em qualquer período.

Outro problema enfrentando pelo TSE são as propagandas realizadas fora do tempo permitido pela lei. Com a finalidade de evitar a propaganda extemporânea, nas eleições de 2000, foi publicada a Instrução do TSE de nº 46 e, nas eleições de 2002, a Instrução do TSE de nº 57, que determina que ?a propaganda eleitoral somente será permitida a partir de 6 de julho de 2002.?

Inclusive, a citada resolução prevê que, havendo violação a essa norma, o responsável pela divulgação da propaganda e, quando comprovado o seu prévio conhecimento, o beneficiário, poderá ser penalizado à multa no valor de R$ 21.282,00 (vinte e um mil duzentos e oitenta e dois reais) a R$ 53.205,00 (cinqüenta e três mil duzentos e cinco reais) ou equivalente ao custo da propaganda, se este for maior (Lei n° 9.504/97, art. 36, § 3°).?

ANDRÉ AUGUSTO LINS DA COSTA ALMEIDA (andrel@terra.com.br)

Assistente Jurídico do TJPB, Pós-graduado em Direito Processual Civil e ex-aluno da ESMAF (Escola Superior da Magistratura Des. Almir Carneiro da Fonseca - PB).

Sendo o anonimato uma das principais características da Internet, será um grande desafio distinguir se o candidato possuía conhecimento antecipado da realização da propaganda eleitoral extemporânea ou se alguém, munido de má-fé, realizou a propaganda com o intuito de que o candidato fosse atingido pela multa prevista na resolução no. 57 do TSE.

3. A PROPAGANDA ELEITORAL ATRAVÉS DOS DISPOSITIVOS DE COMUNICAÇÃO VIA INTERNET

Enquanto se aguarda por uma legislação que se aplique à propaganda eleitoral na Internet, o Tribunal Superior Eleitoral tem proferido julgados pioneiros sobre o tema. Vejamos como nossa Corte Eleitoral se posiciona acerca da propaganda eleitoral realizada através dos principais dispositivos de comunicação pela Internet:

3.1- Home pages

As home pages constituem uma das mais poderosas ferramentas de comunicação via Internet. Através delas, o candidato pode disponibilizar por vinte e quatro horas diárias todo material que entender ser interessante aos eleitores: textos, fotos, sons etc. Os custos com a criação e inclusão de sítios (sites) na Internet são previstos como gastos eleitorais pelo iniciso XV do art. 26 da Lei no. 9504/97 (Lei das Eleições).

No que se refere à proibição de propaganda extemporânea, o TSE decidiu que não caracteriza propaganda eleitoral a manutenção de ?home page? na Internet, mesmo quando nela haja pedido de voto, eis que o acesso à eventual mensagem que nela contenha não se impõe por si só, mas depende de ato de vontade do internauta.

Entende o TSE que para que o sujeito receba as informações e os dados que constam da Internet, há a necessidade de um ato de vontade do eleitor, qual seja, acessar a

home page.? ?(...) O contato depende da vontade do interessado. O candidato apenas fica à disposição.? (...) ?Logo, não se está impondo ao cidadão o conhecimento de algo que ele não queira, porque ele decidiu fazê-lo.?7

Por outro lado, o TSE decidiu que a resolução que proíbe a propaganda eleitoral via Internet é aplicável ao uso de banners, que são propagandas automáticas que aparecem inopinadamente quando um internauta encontra-se navegando na rede mundial de computadores. Nesses casos, o eleitor, ao acessar um site, é surpreendido por uma mensagem que não solicitou e que lhe foi imposta, caracterizando, portanto, a propaganda irregular.8

3.2- Bate-papo (cha?)

Os programas de bate-papo (chat) permitem que duas ou mais pessoas encontrem-se eletronicamente e dialoguem. Sobre essa ferramenta de comunicação, concluiu o TSE que a presença de candidato em sala de ?bate-papo? mantida por provedor de acesso à Internet para responder perguntas de internautas, não caracteriza propaganda eleitoral e, por isso, impede a aplicação da sanção prevista no art. 36, § 3o, da Lei no. 9.504, de 1997.

É o que se verifica através da leitura do voto do Ministro Fernando Neves:

Equiparo, no que é possível, o bate-papo pela Internet a um comparecimento em um veículo de comunicação, só que de forma virtual. Com uma dificuldade maior, ao invés de simplesmente ligar a televisão ou o rádio, ou adquirir um exemplar de jornal, é necessário primeiro acessar a página do provedor e, depois, buscar os caminhos para a sala de bate-papo virtual. Assim, o contato depende da vontade do interessado. O candidato fica apenas à disposição para responder as perguntas que lhe forem dirigidas.?9

Assim, conclui-se que o TSE aplica aos programas de bate-papo as mesmas regras destinadas às home pages: não se caracteriza propaganda eleitoral irregular quando é o próprio internauta que se desdobra para acessar o conteúdo do bate-papo (chat).

3.c- Correio Eletrônico (e- mail)

O modo mais eficaz de chegar aos eleitores é através do correio eletrônico, que é um dos serviços mais populares da Internet. Até mesmo quem não possui acesso à rede em casa ou no trabalho, pode ter uma caixa postal eletrônica gratuita.

Consequentemente, presume-se que milhares de mensagens eletrônicas (e-mails) indesejadas são distribuídos pelos candidatos no período eleitoral, conduta que é denominada de "spam".

Tal prática não é inconveniente apenas para o usuário final que, ao ser atingido pelo spam, leva mais tempo para receber sua correspondência eletrônica e aumenta a sua conta de telefone ou conexão. Também causa problemas para empresas, que precisam investir em ferramentas de proteção aos seus sistemas, e para os provedores, que têm parte do tráfego ocupado por esse tipo de entulho digital.

Há muitas maneiras de se evitar o recebimento desse tipo de material. Com alguns truques, programas e ferramentas, é possível evitar o ?spam?.

A defesa mais comum é utilizar os filtros encontrados nos programas de correio eletrônico mais conhecidos: o Outlook e o Netscape. Caso eles não solucionem o problema, podem-se utilizar programas de computador que filtram o material ainda no servidor e que podem ser obtidos na rede gratuitamente.

Outra forma de se evitar o spam eleitoral é através da denúncia. O TRE/SP recebe denúncias via Internet10, bem como disponibiliza consultas sobre o andamento das reclamações.

Apesar de no Brasil não existirem leis que proíbam o envio de mensagens eletrônicas indesejadas e de que nossos tribunais eleitorais ainda não tenham se posicionado sobre a propaganda irregular realizada mediante spam, pode-se prever que, a esses casos, será aplicada a teoria da vontade do internauta, que é a mesma utilizada no caso de propaganda através de ?home pages? e ?bate-papo?, segundo a qual só pode ser considerada propaganda irregular aquela que é imposta ao eleitor, sem o seu consentimento. Tendo em vista que a natureza do ?spam? é a mesma do ?banner?, ou seja, propaganda desautorizada, é plenamente aplicável a multa prevista na resolução de no. 57 do TSE.

4- CONCLUSÃO

Face ao exposto, torna-se inconteste que a propaganda eleitoral já alcançou os principais mecanismos de comunicação via Internet, impulsionando a justiça eleitoral a proferir decisões sobre o uso de propaganda eleitoral através dessa nova mídia, mesmo que à míngua de legislação específica sobre o tema, conforme asseverou o ministro Edson Vidigal:

?(...) estamos a inaugurar na Justiça Eleitoral apreciações jurisdicionais a respeito deste fato novo neste fim de milênio, a Internet, já se admitindo discussões de que ela seria um veículo de comunicação, portanto, passível de uso de propaganda eleitoral.?11

Apesar da dificuldade em regular a propaganda eleitoral na Internet, cabe ao candidato usar o bom senso para se promover através da Internet. O abuso da rede mundial de computadores para persuadir seus eleitores pode gerar aborrecimentos que podem resultar na diminuição do prestígio do candidato diante da comunidade, conforme preleciona o cientista político Gaudêncio Torquato:

?a possibilidade de o partido ter contato de ?lá para cá?, ou seja, por iniciativa do eleitor, é um importante atributo ao uso da Internet nas eleições, mas destaca que o partido precisa saber usar a ferramenta para não perder o eleitor com e-mails sem resposta, linguagem equivocada ou sites desatualizados. É uma oportunidade e um risco?.12

Disponível em:< http://www.paranaeleitoral.gov.br/artigo_impresso.php?cod_texto=152>
Acesso em.: 29 out. 2007.