



Íntegra

A propaganda eleitoral na internet

Por: André Augusto Lins da Costa Almeida

1 INTRODUÇÃO

A internet chegou ao Brasil em 1988, sendo inicialmente restrita a universidades e centros de pesquisas, até que a Portaria n. 295, de 20.7.1995, possibilitou às empresas denominadas provedores de acesso comercializar o acesso à internet¹. 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 pessoas com acesso à internet na residência².

Assim, a rede mundial de computadores 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 uma nova plataforma eleitoral, em que 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, a estudiosa Carla Dazzi afirmou:

[...] 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 n. 2.358, de 2000, que altera a Lei das Eleições (Lei n. 9.504, de 30.11.1997), 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 anos⁵.

Diante da inexistência de legislação específica para a propaganda eleitoral na internet, o Tribunal Superior Eleitoral, desde as eleições municipais do ano de 2000, regulamentou⁶, para sites de candidatos, o uso do domínio www.nomedocandidatonumerodocandidato.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 21.2.2002, segundo a qual o candidato que quiser publicar sua home page na internet deverá providenciar seu registro com a nomenclatura 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 enfrentado 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 n. 46 e, nas eleições de 2002, a Instrução do TSE de n. 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 dessa norma, o responsável pela divulgação da propaganda, e - quando comprovado o seu prévio conhecimento - o beneficiário, poderá ser penalizado com multa no valor de R\$ 21.282,00 (vinte e um mil, duzentos e oitenta e dois reais) a R\$ 53.205,00 (cinquenta e três mil, duzentos e cinco reais) ou equivalente ao custo da propaganda, se este for maior (Lei n. 9.504/1997, art. 36, § 3º).

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 n. 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 inciso XV do art. 26 da Lei n. 9.504/1997 (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, já que o acesso à eventual mensagem que 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 se encontra 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 irregular⁸.

3.2 Bate-papo (chat)

Os programas de bate-papo (chat) permitem que duas ou mais pessoas se encontrem 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 a perguntas de internautas, não caracteriza propaganda eleitoral e, por isso, impede a aplicação da sanção prevista no art. 36, § 3º, da Lei n. 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).

3.3 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.

Conseqüentemente, presume-se que milhares de mensagens eletrônicas (e-mails) indesejadas sejam distribuídas 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 para os 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, pode-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. Atualmente, a maioria dos TREs recebem denúncias via internet¹⁰, bem como disponibilizam 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 TSE n. 57.

4 CONCLUSÃO

Diante do 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 dela. 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

NOTAS

¹ COSTA ALMEIDA, André Augusto Lins da. A internet e o Direito, Revista Consulex, v. 2, n. 24, dez./1998, p. 52-53.

² www.ibope.com.br . Pesquisa realizada em julho de 2002. Visualizado em 23.8.2002.

³ www.businessstandard.com.br/bs/metricas/2002/06/0001. Visualizado em 7.8.2002.

⁴ www.depnelsonproenca.com.br/ftrableg.htm. Visualizado em 26.8.2002.

⁵ www.jt.estadao.com.br/editorias/2002/07/28/pol011.html. Visualizado em 26.8.2002.

⁶ Resolução TSE n. 20.684, 7.7.2000.

⁷ Acórdão TSE n. 18.815, DJU, 17.5.2002.

⁸ Id.

⁹ Acórdão TSE n. 2.715, DJU, 10.8.2001.

¹⁰ www.tse.gov.br/sp/denuncia.htm.

¹¹ Res. TSE n. 20.287, 6.8.1998, Rel. Min. Eduardo Ribeiro, DJU, 26.2.2002.

¹² www.businessstandard.com.br/bs/metricas/2002/06/0001. Capturado em [7.8.2002](#).

Assistente jurídico, pós-graduado em Direito Processual Civil e ex-aluno da Escola Superior da Magistratura, Des. Almir Carneiro da Fonseca (ESMAF/PB).

Publicado na RESENHA ELEITORAL - Nova Série, v. 9, n. 2 (jul./dez. 2002).