

Revista Eletrônica EJE

Ano IV – Número 2 – Fev./Mar. 2014

ENTREVISTA

Nesta edição a entrevista é com Eilson Almeida, assessor-chefe do Ministro Henrique Neves, do Tribunal Superior Eleitoral, sobre as eleições de 2014.

REPORTAGEM

“Internet ganha espaço na campanha eleitoral de 2014” é o título da reportagem produzida pela Assessoria de Imprensa e Comunicação Social do TSE.

ARTIGOS

Nesta edição, os artigos discorrem sobre: **minirreforma eleitoral; certificado de alistamento militar; importância dos direitos políticos; escolha dos candidatos; e aumento da remuneração no funcionalismo público em ano eleitoral. Confira.**



Internet ganha espaço na campanha eleitoral de 2014

Maria Izabel de Freitas

Com o crescimento do uso de redes sociais, a Internet terá ainda mais relevância na campanha eleitoral deste ano.

Com o crescimento do uso de redes sociais, a Internet terá ainda mais relevância na campanha eleitoral deste ano. Candidatos aos cargos de presidente da República, governador, senador, deputado federal, deputado estadual e distrital poderão se comunicar com eleitores também pela rede mundial de computadores, que se tornou um importante meio de interação entre as pessoas. Hoje, é possível se comunicar instantaneamente a partir de qualquer lugar do planeta.

O grande desafio desse tipo de campanha para a Justiça Eleitoral é avaliar o que é feito virtualmente pelos candidatos, partidos políticos, coligações, comitês, militantes e cabos eleitorais. Resultado desse processo é o aumento do número de representações que chegam ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE) tratando de eventuais abusos na Internet.



Segundo Eilson Almeida, analista judiciário do TSE e professor de Direito Eleitoral, apesar de a Internet ser um meio de comunicação barato, a questão será saber até que ponto a população vai se tornar receptiva a esse tipo de propaganda. “Há, não só nas campanhas eleitorais aqui no Brasil, mas em outros países latinos, ou mesmo nos Estados Unidos, certa resistência da população em relação ao uso excessivo das redes sociais”, diz.

Evolução da legislação

A legislação para a propaganda eleitoral na Internet é recente. A partir das eleições de 2000, o TSE dispôs, por meio de resolução, que os candidatos poderiam fazer uso do domínio www.nomedocandidatonumerodocandidato.can.br para divulgação de propaganda em um sítio na Internet. Contudo, não trouxe outras disposições mais específicas.

Em 2002, por meio de outra resolução, o TSE estabeleceu que a propaganda na Internet estava sujeita às mesmas restrições impostas à programação normal do rádio e da televisão, inclusive quanto aos debates, além de manter a propaganda por meio do domínio www.nomedocandidatonumerodocandidatouf.can.br e vedar a realização de qualquer tipo de propaganda em página de provedores de acesso à Internet, em qualquer período. Nas eleições que se seguiram, tais disposições foram praticamente repetidas.

Nas eleições municipais de 2008, diversas consultas foram formuladas ao TSE. No entanto, a Corte decidiu não conhecê-las, sob o argumento de que questionamentos múltiplos elaborados de maneira detalhada e ampla ou que incidam em caso concreto não mereciam conhecimento, deixando que os casos concretos fossem resolvidos individualmente nos respectivos processos.

Em 2009, foi editada a Lei nº 12.034, que tratou da legislação de regência que está

sendo aplicada até hoje. A minirreforma modificou dispositivos do Código Eleitoral (Lei nº 4.737/1965), da Lei das Eleições (Lei nº 9.504/1997) e da Lei dos Partidos Políticos (Lei nº 9.096/1995). O novo texto estabelece novas regras eleitorais relativas ao uso da Internet, campanha e prestação de contas.

Eilson Almeida lembra que, basicamente, a legislação permite, a partir de 6 de julho do ano da eleição, a realização de propaganda eleitoral na Internet tanto em páginas de candidatos quanto de partidos e coligações. Também está liberada a propaganda eleitoral por meio de redes sociais, aplicativos de mensagens instantâneas ou mesmo *blogs* pessoais. O prazo para partidos e coligações solicitarem à Justiça Eleitoral o registro de candidatos termina às 19 horas do dia 5 de julho.

Nessa linha de entendimento, o art. 57-F da Lei das Eleições estabeleceu a aplicação de punições aos provedores de conteúdo ou de serviços multimídia que hospedarem divulgação de propaganda eleitoral de

candidato, de partido ou de coligações se, no prazo determinado pela Justiça Eleitoral, não tomarem providências para a retirada dessa propaganda. 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.

De acordo com o assessor, todos são responsáveis no caso de abusos eventuais. Podem receber punições candidatos, partidos, coligações, cabos eleitorais, militantes em geral, além de pessoas que sejam apoiadores de campanha. “É importante dizer que a Justiça Eleitoral também tem estabelecido responsabilidades de provedores de maneira geral, de serviço multimídia e especialmente provedores de hospedagem”, sustenta.

Eilson destaca que a Internet está sofrendo uma evolução muito rápida. “O que acreditamos é que talvez essa campanha de 2014 seja o momento em que a Internet vai ser muito difundida,

até considerando que houve restrição na legislação para se efetuar propaganda em rua. Conseqüentemente, acreditamos que, com esse teste de 2014, com o amplo uso da Internet, provavelmente virá uma nova legislação com algumas adequações”, diz.

Minirreforma Eleitoral de 2013

A Minirreforma Eleitoral (Lei nº 12.891) sancionada pela Presidente da República, Dilma Rousseff, em dezembro de 2013, trouxe mudanças na legislação atual. Aprovada a menos de um ano do pleito, a lei pode não ser aplicada nas eleições de 2014. Nela, a Internet e as redes sociais são contempladas.

Veja o texto da lei sobre o assunto:

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.

Jurisprudência

Em setembro passado, por maioria de votos, o TSE decidiu que manifestações políticas feitas pelo Twitter não são passíveis de ser denunciadas como propaganda eleitoral antecipada. O entendimento seguiu o voto do Ministro Dias Toffoli, relator de um recurso apresentado pelo Deputado Federal Rogério Marinho (PSDB/RN) contra multa aplicada pela Justiça Eleitoral do Rio Grande Norte por mensagens postadas pelo respectivo deputado em sua conta do Twitter quando era pré-candidato a prefeito de Natal.

“Não há falar em propaganda eleitoral realizada por meio de Twitter, uma vez que essa rede social não leva ao conhecimento geral e indeterminado as manifestações nela divulgadas”, afirmou o relator na ocasião. Para ele, as mensagens postadas no Twitter, os chamados *tweets*, “têm

caráter de conversa restrita aos seus usuários previamente aceitos entre si”.

A maioria dos ministros concordou com o relator. Na ocasião, a Ministra Cármen Lúcia reafirmou sua posição no sentido de que o Twitter não se presta como instrumento de veiculação de propaganda eleitoral. “Para mim, [o Twitter] é apenas uma conversa de bar virtual.” Ela

acrescentou ainda que querer controlar as mensagens trocadas pelo Twitter “é uma guerra previamente perdida, porque não há a menor possibilidade de haver controle disso”.

Reportagem produzida por Maria Izabel de Freitas, da Assessoria de Imprensa e Comunicação Social do TSE.