

CAMPANHA ELEITORAL NA INTERNET EM TEMPOS DE CORONAVÍRUS

Carlos Cerdeira Frota de França¹

Resumo

As eleições são o momento máximo da democracia brasileira, nela todos são iguais, já que cada pessoa equivale a um voto. Desde a época colonial temos relatos de processo eleitoral no país, ainda que de forma muito restrita. Com o passar dos anos a eleição foi se tornando complexa, até que em 1932, por meio do Decreto nº 21076, de 24 de fevereiro de 1932 foi criada a Justiça Eleitoral, órgão competente por organizar as eleições no Brasil. Contudo, se fazia necessário a edição de uma lei específica para instituir de forma segura as regras para a campanha eleitoral, momento em que os candidatos buscam convencer o corpo de eleitores que são os mais aptos ao cargo eletivo, situação em que foi aprovada a lei 9504/97, conhecida como Lei das Eleições. Com a entrada em vigor daquele diploma legal, quase tudo era permitido em termos de propaganda: showmício, outdoor, placas, propaganda volante, até que se começou a limitar os elementos de propaganda de rua. Da mesma forma em que se limitava a propaganda por seus meios tradicionais, a internet paulatinamente avançava no país, porém, somente em 2008 o TSE disciplinou de forma tímida as campanhas eleitorais na rede mundial de computadores. Somente com a edição da Lei nº 12.034/2009, que introduziu na Lei 9504/97 a propaganda eleitoral na internet de forma mais profunda foi possível aos candidatos e pré-candidatos utilizarem de maneira segura essa poderosa ferramenta de convencimento da população.

Palavras-chave: Eleições. Justiça Eleitoral. Propaganda. Internet. Rede mundial de computadores. Coronavírus.

1 Introdução

A campanha eleitoral é o momento em que os aprovados em convenções partidárias depois de registrados perante a Justiça Eleitoral se apresentam oficialmente como candidatos para a população, a fim de convencer os eleitores de que possuem as melhores propostas para resolver os problemas sociais.

¹ Advogado, graduado em licenciatura em Português Literatura na Universidade Estácio de Sá com pós-graduação em Processo Eleitoral e Partidário – UCAM – Universidade Cândido Mendes e Gestão no Poder Legislativo na ELERJ – Escola do Legislativo do Estado do Rio de Janeiro. Sócio no

escritório de advocacia Miranda, Silva e Frota Advogados Associados e Presidente da Comissão de Direito Eleitoral e Partidário do IBRAPEJ - Instituto Brasileiro de Pesquisa e Estudo Jurídico

O Brasil não possuía uma legislação específica para as eleições de sorte que a cada pleito, uma regra específica vigia à época. O problema foi solucionado com a entrada em vigor da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, conhecida como Lei das Eleições.

No texto era permitido praticamente tudo em termos de propaganda eleitoral para conquista do voto: utilização de outdoor, showmício, bonecos, cavaletes, placas. A regra era a liberdade da propaganda.

Ocorre que houve uma movimentação de setores da sociedade para tornar as campanhas menos onerosas, já que os investimentos nelas são milionários, de sorte que era preciso restringir a propaganda eleitoral, sobretudo a de rua.

Com isso ao longo dos anos a legislação começou a restringir a propaganda eleitoral, a guisa de exemplos:

- Em 2006 foi proibida a distribuição de brindes, o exemplo mais típico era a camiseta e chaveiro com número e imagem do candidato.
- Em 2006 foi proibido o Outdoor e depois em 2013 houve uma nova alteração para incluir o Outdoor Eletrônico
- Em 2006 foi proibido o Showmício.
- Em 2013 foi estabelecida limitação do total de gastos de campanha para aluguel de veículos em 20% e aluguel do total arrecadado.
- Em 2015 se proibiu todo tipo de propaganda em bens públicos e lugares de uso comum: placas, estandartes, faixas, cavaletes bonecos e assemelhados foram banida das ruas.
- Em 2015 a campanha reduziu de 90 para 45 dias, agora começa no dia 16 de agosto do ano da eleição, antes começava 6 de julho.
- Em 2017 foi limitado o uso do carro de som , apenas em carreatas, caminhadas e passeatas ou durante reuniões e comícios.

CAMPANHA ELEITORAL NA INTERNET EM TEMPOS DE CORONAVÍRUS

Em 1997 ano que entrou em vigor a Lei das Eleições, apenas uma pequena parte da população brasileira tinha acesso a internet, ou seja, os marqueteiros políticos não estavam preparados para campanhas virtuais e a legislação, ainda, não disciplinava nada sobre o tema.

Somente em 2008 o Tribunal Superior por meio da Resolução nº 22.718, de 28 de fevereiro de 2008 tratava da campanha eleitoral na internet, ainda que de forma tímida, pois mesmo a Justiça Eleitoral conhecia pouco das ferramentas disponíveis na rede mundial de computadores.

Com a entrada em vigor da Lei nº 12.034/2009 o mundo virtual passou a ter relevância jurídica para as campanhas, pois a partir desse momento os candidatos passaram a ter um norte seguro ao realizar campanha por meio da internet.

Agora com a pandemia do novo coronavírus, a campanha virtual ganhou muito mais relevância para obter o voto, de sorte que conhecer as regras se fez fundamental em tempos que devemos evitar a aglomeração.

2. Da campanha eleitoral na internet

Por meio da Resolução nº 22.718, de 28 de fevereiro de 2008 a Justiça Eleitoral disciplinava pela primeira vez a campanha eleitoral na internet, nessa época não era autorizado o impulsionamento de conteúdo nem de forma explícita o direito de resposta, de sorte que em função do pouco conhecimento do TSE sobre as ferramentas disponíveis na internet, a legislação da época era muito tímida sobre o assunto.

Com a entrada em vigor da Lei nº 12.034/2009 o mundo virtual passou a ter relevância jurídica para as campanhas, introduzindo os artigos 57-A ao Art. 57-I na Lei 9504/97, pois a partir desse momento os candidatos passaram a ter segurança jurídica ao realizar campanha por meio da internet.

A nova legislação ficou tão detalhada que fez questão de disciplinar de forma autônoma a data a partir da qual é autorizada a campanha na internet: “É permitida

a propaganda eleitoral na Internet, nos termos desta lei, após o dia 15 de agosto do ano da eleição.” (Lei nº 9.504/1997, art. 57-A) (BRASIL, 1997).

Com a entrada em vigor de forma excepcional da Emenda Constitucional nº 107, de 2 de julho de 2020, o prazo alterou para o dia 27 de setembro de 2020.

A legislação disciplinou de forma detalhada quais os instrumentos que podem ser utilizados para a propaganda na internet, sites do candidato, partido, mensagens eletrônicas, blogs, redes sociais e aplicações de internet, conforme redação do artigo 57-B a seguir:

Art. 57-B. A propaganda eleitoral na Internet poderá ser realizada nas seguintes formas:

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 aplicações de Internet assemelhadas cujo conteúdo seja gerado ou editado por:

a) candidatos, partidos ou coligações; ou

b) qualquer pessoa natural, desde que não contrate impulsionamento de conteúdos. (BRASIL, 1997)

Por mensagem eletrônica prevista no inciso III do Art. 57-B são os e-mails que somente pode ser utilizados com endereços cadastrados de forma gratuita, ou seja, os postulantes a cargos públicos não podem comprar um banco de endereços eletrônicos para dispararem as mensagens da campanha eleitoral.

Todos os endereços utilizados para campanha devem ser comunicados a Justiça Eleitoral no momento do pedido de registro de candidatura, além disso, devem ser hospedados, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de Internet estabelecido no país.

Interessante o disposto nos §2º e §3º do Art. 57-B da Lei 9504/97 que nos informa que é proibido a veiculação de conteúdo eleitoral por meio de robôs com a intenção de falsear identidade, ou seja, são perfis de inteligência artificial para

CAMPANHA ELEITORAL NA INTERNET EM TEMPOS DE CORONAVÍRUS

mostrar que um determinado candidato tem muito apoio popular, também é utilizado para criticar adversários políticos, falseando a verdade na internet.

Art. 57-B [...]

§ 2º Não é admitida a veiculação de conteúdos de cunho eleitoral mediante cadastro de usuário de aplicação de Internet com a intenção de falsear identidade.

§ 3º É vedada a utilização de impulsionamento de conteúdos e ferramentas digitais não disponibilizadas pelo provedor da aplicação de internet, ainda que gratuitas, para alterar o teor ou a repercussão de propaganda eleitoral, tanto próprios quanto de terceiros. (Incluídos pela Lei nº 13.488, de 2017). (BRASIL, 1997).

Outra importante inovação da legislação foi permitir que se contrate o impulsionamento de conteúdo de propaganda eleitoral na Internet, desde que seja oferecido de forma oficial pelo provedor de aplicação, além disso, deve constar nos gastos da prestação de contas:

Art. 57-C. É vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na Internet, excetuado o impulsionamento de conteúdos, desde que identificado de forma inequívoca como tal e contratado exclusivamente por partidos, coligações e candidatos e seus representantes. (BRASIL, 1997)

Precisamos destacar o §3º do mesmo artigo 57-C da Lei 9504/97 que privilegia o serviço de impulsionamento para eleições propositivas, desta forma não é permitido à contratação daquele serviço para criticar candidatos. As postagens com reprovações podem ser efetuadas normalmente, já que se trata de liberdade de expressão, contudo, sem contratar o impulsionamento, já que com essa medida visa à legislação melhorar o nível dos debates políticos

Art. 57-C [...]

§ 3º O impulsionamento de que trata o *caput* deste artigo deverá ser contratado diretamente com provedor da aplicação de Internet com sede e foro no país, ou de sua filial, sucursal, escritório, estabelecimento ou representante legalmente estabelecido no país e apenas com o fim de promover ou beneficiar candidatos ou suas agremiações. (BRASIL, 1997).

Destaque-se o §2º do artigo 26 da Lei 9504/97 que autoriza a contratação de priorização paga de conteúdos nos sites de buscas, o que ficou conhecida como emenda “Google”, já que possibilitou aos candidatos a pagarem as empresas para destacarem o material político divulgado na internet ao se realizar pesquisas. **In**

verbis: “Art. § 2º Para os fins desta Lei, inclui-se entre as formas de impulsionamento de conteúdo a priorização paga de conteúdos resultantes de aplicações de busca na internet.” .(Incluído pela Lei nº 13.488, de 2017) . (BRASIL,1997).

A violação dos preceitos do artigo 57-B e C sujeitam os infratores a pesadas multas que vão de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais) ou ao dobro do valor gasto ilegalmente, além disso, o beneficiário da conduta pode ser penalizado, se comprovado o seu prévio conhecimento.

Art. 57-B [...]

§ 5º A violação do disposto neste artigo sujeita o usuário responsável pelo conteúdo 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) ou em valor equivalente ao dobro da quantia despendida, se esse cálculo superar o limite máximo da multa. (BRASIL, 1997).

Outrossim, dependendo da quantidade paga, o ilícito pode configurar abuso do poder econômico, ensejando, Ação de Investigação Judicial Eleitoral com cassação do diploma.

3 Considerações finais

Procuramos na nossa pesquisa estabelecer a importância da entrada em vigor da Lei 9504/97 conhecida como Lei das Eleições e como ela foi modificada ao longo dos anos, reduzindo os elementos de campanha de rua no intuito de torná-las menos onerosas.

Ao discorrer sobre o tema restou claro que a Justiça Eleitoral pouco conhecia sobre o tema propaganda na internet, tendo disciplinado a matéria pela primeira vez em 2008, no entanto, somente com as alterações da Lei 9504/97 dada pela Lei nº 12.034/2009 tivemos um norte seguro para realizar as campanhas na rede mundial de computadores.

Com a pandemia do novo coronavírus e milhares de mortes no Brasil, a campanha virtual se tornou o meio mais seguro e eficaz de divulgar as propostas dos candidatos para obtenção dos votos.

CAMPANHA ELEITORAL NA INTERNET EM TEMPOS DE CORONAVÍRUS

Em síntese o artigo procurou elucidar os principais pontos da campanha eleitoral

na internet , a forma como pode ser feita, além de mencionar as punições cabíveis pelo descumprimento das regras, dando embasamento sólido para que dirigentes partidários, candidatos, pré-candidatos possam de maneira segura utilizar essa poderosa ferramenta de comunicação que é a rede mundial de computadores.

Referência

BRASIL. **Lei n. 9.504, de 30 de setembro de 1997**. Estabelece normas para as eleições. Brasília, DF: Presidência da República, 1997. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9504.htm. Acesso em: 05 nov. 2020.