

Candidato pode divulgar ideias em rede social na pré-campanha

Ressalvados os casos de pedido expresso de voto, é permitido aos candidatos a criação de métodos alternativos para difundir suas ideias e plataformas por meio das redes sociais antes do período de campanha previsto na lei eleitoral. O entendimento foi definido pelo plenário do Tribunal Superior Eleitoral nesta terça-feira (18/10), seguindo voto do ministro Luiz Fux.

Esta foi a primeira vez que a corte julgou um processo sobre esse tema depois da Lei 13.165/2015, que fez uma minirreforma eleitoral e, entre outras coisas, reduziu o tempo de campanha e proibiu as doações de pessoas jurídicas para as campanhas eleitorais. A decisão representa uma guinada liberal na concepção do que é permitido nesse período de pré-campanha.

Carlos Humberto/SCO/STF

Carlos Humberto/SCO/STF



Proeminência da liberdade de expressão deve ser transferida para o processo político-eleitoral, afirma Luiz Fux.

"A Justiça Eleitoral, se reprimir a implementação de métodos alternativos de divulgação de propostas e plataformas políticas (com excessiva restrição ao uso das mídias sociais), contribuirá negativamente para o esvaziamento integral do período democrático de debates (para alguns, denominado de pré-campanha), instituído pela Lei 13.165/2015, na medida em que aniquilará, sem qualquer lastro constitucional ou legal, a interação que deve ocorrer entre os pretensos candidatos e os cidadãos", afirma o ministro em seu voto.

O caso concreto analisado pelo TSE foi uma publicação feita no Facebook pelo então candidato a prefeito de Brumadinho (MG), Guti da Premoldados. Antes do período permitido para fazer campanha eleitoral ele publicou uma imagem contendo sua fotografia e, ao lado, a seguinte mensagem: "PSB/MG – O melhor para sua cidade é 40!".

Denunciado pelo Ministério Público Eleitoral, Guti foi condenado em primeira e segunda instância. Para o Tribunal Regional Eleitoral de Minas Gerais, a propaganda eleitoral extemporânea ficou caracterizada, ainda que sem o pedido expresso de votos. Para a corte mineira, a imagem e o texto com o número pelo qual Guti concorreria nas eleições induz o eleitorado. "Tem-se conformado evidente e claro pedido de votos, quase pedido expresso mesmo, quando se não há a dizer que o advérbio compromete o adjetivo,



fosse entender-se que para 'quase expresso' ainda faltasse dizer 'vote em mim"', registou o TRE-MG no acórdão.

Liberdade e igualdade

No Tribunal Superior Eleitoral, no entanto, a decisão foi reformada. Em seu voto pela liberação deste tipo de publicação nas redes sociais, o ministro Luiz Fux considerou o direito à liberdade de expressão. Segundo ele, a proeminência desse direito deve ser transferida para o processo político-eleitoral, "porque os cidadãos devem ser informados da variedade e riqueza de assuntos respeitantes a eventuais candidatos, bem como das ações parlamentares praticadas pelos detentores de mandato eletivo".

O ministro considerou ainda as recentes alterações da lei eleitoral, e o objetivo pelo quais elas foram aprovadas. Conforme Fux, ao permitir a propaganda eleitoral somente a partir do dia 16 de agosto do ano das eleições, a lei buscou diminuir a captação antecipada de votos, buscando não desequilibrar a disputa eleitoral e não prejudicar a igualdade de chances entre os candidatos.

Assim, segundo o ministro, para que fique caracterizada a propaganda eleitoral extemporânea é necessário que a publicação afete a isonomia de chances, a higidez do pleito e a moralidade. "Não ocorrendo *in concreto* quaisquer ultraje a essa axiologia subjacente, a mensagem veiculada encerrará livre e legítima forma de exteriorizar seu pensamento dentro dos limites tolerados pelas regras do jogo democrático", conclui.

Fux explica ainda em seu voto que a ampla divulgação de ideias fora do período eleitoral propriamente dito se ancora em duas premissas: "no princípio republicano, materializado no dever de prestação de contas imposto aos agentes eleitos de difundirem atos parlamentares e seus projetos políticos à sociedade; e no direito conferido ao eleitor de acompanhar, de forma abrangente, as ideias, convicções, opiniões e plataformas políticas dos representantes eleitos e dos potenciais candidatos acerca dos mais variados temas debatidos na sociedade, de forma a orientar a formação de um juízo mais consciente e responsável, quando do exercício de seu *ius suffragii*".

Questão financeira

O ministro considerou ainda o fato de que a nova legislação eleitoral proibiu as doações empresariais, que segundo Fux teve como objetivo baratear as campanhas e diminuir a interferência indevida do poder econômico no pleito. "A veiculação de mensagens pelas mídias sociais, dada a modicidade de seus custos, harmoniza-se com a teleologia que presidiu tanto a proscrição de financiamento por pessoas jurídicas quanto a minirreforma eleitoral: o barateamento das campanhas eleitorais".

"É que, com o fim das doações empresariais e com o reduzido tempo de campanha eleitoral, impõe-se que os pretensos candidatos, no afã de difundir suas propostas e de enaltecer suas qualidades pessoais, logrem buscar formas alternativas de conexão com o seu (futuro) eleitorado, de modo que me parece natural que eles se valham de publicações em posts e de mensagens nas mídias sociais (facebook, twitter etc.) para tal desiderato", complementa.

Clique [aqui](#) para ler o voto do ministro Fux.

REspe 5.124-MG

Date Created

20/10/2016