

Fake news deram importância a crime de mentir em eleições

A amplificação do que tem sido chamado de *fake news* pelas redes sociais deu importância inédita ao antes esquecido crime de divulgar mentiras em propaganda eleitoral. Quem afirma é o advogado eleitoralista Fernando Neisser.

Alice Vergueiro / IBCCRIM



Fernando Neisser disse que aparência de matéria jornalística faz com que leitores deem mais credibilidade a *fake news*.
Alice Vergueiro / IBCCRIM

O delito do artigo 323 do Código Eleitoral (“divulgar, na propaganda, fatos que sabe inverídicos, em relação a partidos ou candidatos e capazes de exercerem influência perante o eleitorado”) foi criado após uma polêmica surgida nas eleições de 1945, disse Neisser nesta quinta-feira (30/8) no 24º Seminário Internacional de Ciências Criminais, promovido em São Paulo pelo Instituto Brasileiro de Ciências Criminais (IBCCrim).

Na disputa para suceder Getúlio Vargas estavam o marechal Eurico Gaspar Dutra e o brigadeiro Eduardo Gomes. Aquele era visto como o candidato de Getúlio, embora o líder trabalhista só tenha anunciado seu apoio a ele na reta final da campanha eleitoral. Já Gomes era encarado como representante das elites.

Durante a campanha, o brigadeiro declarou que não precisava do voto “desta malta de desocupados que apoia o ditador [*Getúlio Vargas*]”. Com o termo “malta”, ele quis se referir aos servidores públicos. Porém, o getulista Hugo Borghi descobriu que a palavra também poderia significar “marmiteiros”. A partir daí, Borghi e os apoiadores de Dutra passaram a divulgar que Eduardo Gomes não gostava de pobres, e ele perdeu a eleição.

Para evitar que eleições fossem decididas por mentiras, a divulgação de fatos inverídicos virou crime eleitoral, contou Neisser. No entanto, ressaltou, o delito caiu em esquecimento. Há razões para isso: esse crime trata o eleitor médio como “um ignorante que precisa ser protegido de sua própria ignorância, senão vai votar errado”, avaliou o advogado.

Além disso, Neisser analisa que a mentira é irrelevante para o Direito e que a propaganda eleitoral pouco

influencia o voto. Antigamente, uma peça de propaganda, especialmente uma de ataque, como costumam ser as que contêm mentiras, poderia gerar três efeitos no eleitor, explicou o advogado: ou ele ficava neutro, ou simpatizava com quem atacava ou com quem era atacado. O somatório desses efeitos gerava um efeito próximo de zero, conforme o eleitoralista.

Contudo, o fenômeno das *fake news* mudou o cenário, afirmou Neisser. Agora, os ataques são feitos com a aparência de uma reportagem jornalística, o que aumenta sua credibilidade. O autor da agressão também é escondido, acabando com a possibilidade de sofrer rejeição por sua ofensiva. E as redes sociais aumentaram – e muito – o alcance e a duração temporal das mentiras.

Dessa maneira, o artigo 323, que era fadado a ser esquecido, ganhou uma importância que jamais teve, avaliou Neisser.

Ponto de virada

Por sua vez, o professor de Direito Penal da USP Alamiro Velludo Salvador Netto afirmou que, a partir da metade da década de 2000, a Justiça Eleitoral passou a se preocupar mais com a moralidade das eleições do que com a sua regularidade.

Com isso, o Judiciário começou a entender as eleições devem ter o menor custo possível. Além disso, passou a enxergar os políticos como um foco de perigo. Para se prevenir deles, é preciso ter medidas prevencionistas, como a Lei da Ficha Limpa. E mais: considera-se que o eleitor é ignorante e não sabe votar. “Portanto, a meritocracia judiciária deve auxiliar o eleitor para que ele não prejudique a si próprio”, apontou Salvador Netto.

E o Direito Penal Eleitoral vem reforçando esse caráter moralizador. Assim, a Justiça Eleitoral passou a alargar conceitos e tipos penais para cobrir condutas atípicas, mas que poderiam gerar a sensação de “impunidade”, analisou o professor. O maior exemplo disso, a seu ver, é o enquadramento do caixa dois como o crime de falsidade ideológica eleitoral (artigo 350 do Código Eleitoral).

Date Created

31/08/2018