TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL

ACÓRDÃO

RECURSO ESPECIAL ELEITORAL Nº 51-24.2016.6.13.0052 – CLASSE 32 – BRUMADINHO – MINAS GERAIS

Relator: Ministro Luiz Fux
Recorrente: Geraldo Augusto Alves Matosinhos
Advogados: Wederson Advíncula Siqueira e outros
Recorrido: Ministério Público Eleitoral

ELEIÇÕES 2016. RECURSO ESPECIAL. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA. (LEI DAS ELEIÇÕES, ART. 36-A). DIVULGAÇÃO DE MENSAGEM EM *FACEBOOK.* ENALTECIMENTO DE PARTIDO POLÍTICO. MENÇÃO À POSSÍVEL CANDIDATURA. AUSÊNCIA DE PEDIDO EXPLÍCITO DE VOTOS. NÃO CONFIGURAÇÃO. LEGÍTIMO EXERCÍCIO DA LIBERDADE JUSFUNDAMENTAL DE INFORMAÇÃO. ULTRAJE À LEGISLAÇÃO ELEITORAL NÃO CONFIGURADO. RECURSO ESPECIAL A QUE SE DÁ PROVIMENTO.

1. A liberdade de expressão reclama proteção reforçada, não apenas por encerrar direito moral do indivíduo, mas também por consubstanciar valor fundamental e requisito de funcionamento em um Estado Democrático de Direito, motivo por que o direito de expressar-se – e suas exteriorizações (informação e de imprensa) – ostenta uma posição preferencial (*preferred position*) dentro do arquétipo constitucional das liberdades.

2. A proeminência da liberdade de expressão deve ser trasladada para o processo político-eleitoral, mormente 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.

3. A *ratio essendi* subjacente ao art. 36, *caput*, da Lei das Eleições, que preconiza que a propaganda eleitoral somente será admitida após 15 de agosto do ano das eleições, é evitar, ou, ao menos, amainar a captação antecipada de

votos, visando a não desequilibrar a disputa eleitoral, vulnerar o postulado da igualdade de chances entre os candidatos e, no limite, comprometer a própria higidez do prélio eleitoral.

4. A ampla divulgação de ideias fora do período eleitoral propriamente dito se ancora em dois postulados fundamentais: 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*.

5. A propaganda eleitoral extemporânea consubstancia, para assim ser caracterizada, ato atentatório à isonomia de chances, à higidez do pleito e à moralidade que devem presidir a competição eleitoral, de maneira que, não ocorrendo *in concrecto* 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.

6. O limite temporal às propagandas eleitorais encontra lastro no princípio da igualdade de oportunidades entre partidos e candidatos, de forma a maximizar três objetivos principais: *(i)* assegurar a todos os competidores um mesmo prazo para realizarem as atividades de captação de voto, *(ii*) mitigar o efeito da (inobjetável) assimetria de recursos econômicos na viabilidade das campanhas, no afã de combater a *plutocratização* sobre os resultados dos pleitos; e *(iii*) impedir que determinados competidores extraiam vantagens indevidas de seus cargos ou de seu acesso aos grandes veículos de mídia, antecipando, em consequência, a disputa eleitoral.

7. A menção à pretensa candidatura e a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos, nos termos da redação conferida ao art. 36-A pela Lei nº 13.165/2015, não configuram propaganda extemporânea, desde que não envolvam pedido explícito de voto.

8. No caso *sub examine*,

a) O Tribunal Regional Eleitoral do Estado de Minas Gerais, por maioria, deu parcial provimento a recurso eleitoral, reduzindo ao mínimo legal multa aplicada ao Recorrente pelo

Juízo da 52ª Zona Eleitoral, ante o reconhecimento de propaganda eleitoral extemporânea, em virtude de "[ter] *public*[ado]*, em seu perfil no* Facebook*, uma imagem contendo sua fotografia e, ao lado, a seguinte mensagem:* "*PSB/MG - O melhor para sua cidade é 40!*" (fls. 116).

b) Aludida mensagem, a despeito de enaltecer determinado partido político e de indicar possível candidatura, não configura propaganda eleitoral extemporânea vedada pela legislação de regência, como supõe o aresto vergastado.

c) 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.

d) 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, característica que as tornam inaptas a ocasionar interferência indevida do poder econômico no pleito.

e) 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 nº 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, de ordem a produzir odioso *chilling effect* nos pretensos candidatos, tamanho o receio de verem suas mensagens e postagens qualificadas como propaganda extemporânea.

f) Como consectário, incentiva-se o aparecimento dos cognominados ***candidatos-surpresa*** – aqueles que exsurgem às vésperas do pleito, estimulando um arranjo que, decerto, antes de fortalecer, amesquinha a democracia.

g) O desenho institucional que potencializa e leva a sério o regime democrático requer que seja franqueado maior espaço de difusão de ideias, projetos políticos e opiniões sobre os mais diferentes temas, sobre as qualidades pessoais de pretensos candidatos e sobre os planos de

governo futuro, visando a propiciar maior controlabilidade social por parte dos demais *players* do prélio eleitoral.

h) A exposição por largo período de tempo – sem pedido expresso de voto, o que é vedado por lei – permite que essas ideias sejam testadas no espaço público: se, por um lado, forem falsas ou absurdas, a oposição poderá contraditá-las e a população estará mais bem informada; se, por outro lado, forem boas soluções alvitradas, a oposição terá de aperfeiçoar suas propostas e projetos e o cidadão será, mais uma vez, beneficiado.

i) Destarte, a mensagem veiculada não acarretou prejuízo à paridade de armas, pois qualquer eventual competidor poderia, se assim quisesse, proceder da mesma forma, divulgando mensagens sobre seus posicionamentos, projetos e qualidades, em igualdade de condições, principalmente por tratar-se de propaganda de custo diminuto, inapta a ocasionar interferência indevida do poder econômico no pleito;

9. Recurso especial provido.

RELATÓRIO

O SENHOR MINISTRO LUIZ FUX: Senhor Presidente, trata-se de recurso especial interposto por Geraldo Augusto Alves Matosinhos em face do acórdão do Tribunal Regional Eleitoral de Minas Gerais que, por maioria, deu provimento parcial a recurso eleitoral, reduzindo ao mínimo legal multa aplicada ao Recorrente pelo Juízo da 52ª Zona Eleitoral em virtude de propaganda eleitoral extemporânea.

Eis a ementa do acórdão regional (fls. 112):

> "**RECURSO ELEITORAL. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL EXTEMPORÂNEA. Publicação, em página pessoal do *Facebook,* de imagens e dizeres adstritos à campanha eleitoral.**
> A propaganda eleitoral somente é permitida a partir do dia 15 de agosto do ano em que se realizarem eleições (art. 36, da Lei nº 9.504/97).
> Na atual dicção do ***caput*** do art. 36-A, da Lei nº 9.504/97, dada pela Lei nº 13.165/2015, não configuram propaganda eleitoral antecipada, desde que não envolvam pedido explícito de voto, a menção à pretensa candidatura e a exalação das qualidades pessoais dos pré-candidatos.
> Propaganda eleitoral extemporânea caracterizada, com a imagem do pré-candidato associada tanto ao número pelo qual concorrerá às eleições como, ainda, a um texto que induz o eleitorado a votar naquela legenda quando, vinculando-se o número a ser utilizado pelo pré-candidato em sua campanha e o benefício adstrito a ele para o município, 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'.
> **Recurso a que se dá parcial provimento. Redução da multa ao mínimo legal**".

Opostos embargos de declaração, foram eles rejeitados (fls. 130-134).

Seguiu-se a interposição do presente recurso especial com fundamento no art. 276, I, *a* e *b*, do Código Eleitoral, onde se alega ofensa ao art. 36-A da Lei das Eleições e divergência jurisprudencial entre o acórdão recorrido e julgado do Tribunal Regional Eleitoral de São Paulo (RE nº 168 – Sales de Oliveira/SP, Relator Marcus Elidius de Almeida, DJESP 30/6/2016).

Quanto à alegada ofensa à lei, sustenta o Recorrente que, diante da modificação introduzida no art. 36-A pela Lei nº 13.165/2015, o fato narrado neste

processo – divulgação, em página do *Facebook*, da mensagem “PSB/MG – O melhor para sua cidade é 40!” – jamais poderia ser qualificado como propaganda eleitoral extemporânea, pois não há referência ao cargo ou à sua candidatura, tampouco pedido explícito de voto.

Aduz, ainda, que o “*acórdão que confirmou a sentença supõe que o Recorrente fez uma propaganda antecipada através de mensagem subliminar, o que não tem nada a ver com pedido expresso de voto,* data venia*, confirmando somente o equívoco da aplicação do dispositivo da lei*” (fls. 146).

No que se refere ao alegado dissídio, afirma que o acórdão paradigma do Tribunal Regional Eleitoral de São Paulo entendeu, diferentemente do acórdão recorrido, que a divulgação de qualidades pessoais, de atos parlamentares e participação em programas sociais, sem qualquer referência às eleições e sem pedido expresso de votos, não configura propaganda eleitoral extemporânea.

Requer, ao final, o provimento do recurso, para que seja reformado o acórdão recorrido.

O recurso foi admitido pela Presidência do Regional mineiro (fls. 169-171).

Contrarrazões a fls. 173-175.

Em seu parecer, a Procuradoria-Geral Eleitoral manifesta-se pelo desprovimento do especial (fls. 178-182).

É o relatório.

VOTO

O SENHOR MINISTRO LUIZ FUX (Relator): *Ab initio*, verifico que o presente agravo foi interposto tempestivamente e está assinado por advogado regularmente constituído.

Registro, de logo, que o Recorrente não logrou comprovar a similitude fática entre o acórdão recorrido e o paradigma, não merecendo êxito o recurso interposto sob o fundamento de dissídio jurisprudencial.

Ao contrário, os argumentos expendidos pelo Recorrente quanto à alegada violação à lei revelam aptidão para ensejar a reforma da decisão hostilizada.

Antes, porém, estabeleço algumas premissas teóricas sobre o conteúdo jurídico da liberdade de expressão, bem como acerca do instituto da propaganda eleitoral, que irão guiar as conclusões de meu voto.

É elementar na dogmática de direitos fundamentais que o conteúdo jurídico da liberdade de expressão é suficientemente amplo, de sorte a albergar não apenas o direito de expressar ou exprimir-se (viés positivo), mas também o direito de não se expressar (viés negativo) e o direito ao silêncio[1]. Mais: a liberdade de expressão pode ser compreendida como gênero da qual decorrem a liberdade de manifestação do pensamento (liberdade de expressão em sentido estrito), de informação e de imprensa.

Ao discorrer sobre estas 3 (três) vertentes, Rafael Koatz preleciona que a *liberdade de expressão em sentido estrito* autoriza que cada indivíduo se posicione em relação às diferentes concepções e pensamentos e externe seu ponto de vista aos demais membros da sociedade, abrangendo, assim, a livre manifestação do pensamento, opiniões, ideias, sentimentos, pontos de vista, gostos artísticos etc. A seu turno, a *liberdade de informação* tutelaria, em seu âmbito de proteção, tanto o direito subjetivo de veicular fatos de forma objetiva quanto o direito subjetivo de receber informações verdadeiras. Por fim, *a liberdade*

---

[1] MENDES, Gilmar Ferreira; COELHO, Inocêncio Mártires; e BRANCO, Paulo Gustavo Gonet. *Curso de Direito Constitucional.* São Paulo: Saraiva, 2009, p. 404.

de imprensa consubstancia um direito e um dever dos meios de comunicação de divulgar fatos e opiniões à coletividade, revelando-se, por esse motivo, uma liberdade vital às demais (de informação e de expressão em sentido estrito), notadamente porque instrumentaliza a divulgação de pensamentos, ideias e opiniões (KOATZ, Rafael Lorenzo-Fernandes. As liberdades de expressão e de imprensa na jurisprudência do Supremo Tribunal Federal. In.: SARMENTO, Daniel; SARLET, Ingo Wolfgang. *Direitos Fundamentais no Supremo Tribunal Federal: Balanço e Crítica*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2011, p. 388).

Além de consubstanciar direito moral, aludidas liberdades também se justificam no fato de ser um *instrumento* para a salvaguarda de outros valores e liberdades jusfundamentais, como a religiosa, a política e a própria estabilidade das instituições democráticas. Neste pormenor, sem que haja liberdade de expressão e de informação e seja franqueada ampla possibilidade de debate de todos os assuntos relevantes para a formação da opinião pública, não se há de cogitar de verdadeira democracia. Não por outra razão, Robert Dahl defende que a caracterização de uma sociedade verdadeiramente democrática não exige apenas eleições livres, justas e frequentes, cidadania inclusiva e autonomia para as associações, como os partidos políticos, mas também, e sobretudo, respeito à liberdade de expressão e de fontes de informação diversificadas (DAHL, Robert. *Sobre a democracia.* Brasília: Ed. UnB, 2001, p. 99 e ss).

Do ponto de vista prático, conquanto inexista hierarquia formal entre normas constitucionais, é possível advogar que tais cânones jusfundamentais atuam como verdadeiros vetores interpretativos no deslinde de casos difíceis (*hard cases*), por se situarem em uma *posição privilegiada* dentro da Constituição. Captando com maestria o ponto, o Ministro Luís Roberto Barroso, em sede doutrinária, arremata que "*(…)* [se] *entende que as liberdades de informação e de expressão servem de fundamento para o exercício de outras liberdades, o que justifica uma posição de preferência – preferred position – em relação aos direitos fundamentais individualmente considerados. (…).*" (BARROSO, Luís Roberto. Liberdade de expressão *versus* direitos da personalidade. Colisão de direitos

fundamentais e critérios de ponderação. In: *"Temas de Direito Constitucional – tomo III"*. Rio de Janeiro: Renovar, 2005, pp. 105-106).

No âmbito político-eleitoral, essa proeminência da liberdade de expressão deve ser trasladada por óbvias razões: os cidadãos devem ser informados da maior variedade de assuntos respeitantes a eventuais candidatos, bem como das ações parlamentares praticadas pelos detentores de mandato eletivo.

Isso porque, em uma democracia representativa, a eleição é a peça central do sistema de autogoverno democrático, mas o processo eleitoral não se resume a um procedimento de tradução de votos e preferências em cargos eletivos. Antes, se constitui num processo participativo, em que os candidatos, partidos, meios de comunicação e a cidadania se engajam em um debate público, indispensável para o processo de tomada de decisão de voto e de formação da vontade coletiva (FUX, Luiz; FRAZÃO, Carlos Eduardo. *Novos Paradigmas do Direito Eleitoral*. Belo Horizonte: Fórum, 2016, prelo).

Não obstante a liberdade de expressão encontrar-se preferencialmente protegida no âmbito do processo eleitoral, esse direito fundamental poderá ser regulado, seja para promover uma maior equalização de forças entre candidatos e partidos, seja para evitar interferências indevidas no processo de deliberação coletiva e no próprio resultado do pleito.

Neste pormenor, a *ratio essendi* do art. 36, *caput*, da Lei das Eleições, que estabelece a data a partir da qual é permitida a realização da propaganda eleitoral, é justamente a de evitar, ou, ao menos mitigar, a captação antecipada e irregular de votos, o que poderia desequilibrar a disputa eleitoral, vilipendiando o postulado da igualdade de chances entre os candidatos e, em última análise, comprometer a higidez das eleições: os pré-candidatos que dispõem de maiores condições econômicas e/ou políticas, antes mesmo da formalização do pedido de registro de candidatura na justiça eleitoral, tendem a abusar dessa condição de preponderância material em relação aos demais.

Pois bem. A Lei nº 13.165/2015, última minirreforma eleitoral, sob o argumento da necessidade de redução dos custos das campanhas, alterou significativamente a disciplina da propaganda eleitoral e diminuiu à metade o tempo para a divulgação das candidaturas, que passou a ser permitida somente após o dia 15 (quinze) de agosto. Além disso, retirou-se 10 (dez) dias de horário eleitoral gratuito.

Por outro lado, essa mesma lei abrandou o conceito de propaganda eleitoral antecipada, conferindo a seguinte redação ao art. 36-A da Lei nº 9.504/97:

> "Art. 36-A. **Não configuram propaganda eleitoral antecipada, desde que não envolvam pedido explícito de voto, a menção à pretensa candidatura**, a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos e os seguintes atos, que 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 a respectiva distribuição de material informativo, a divulgação dos nomes dos filiados que participarão da disputa e a realização de debates entre os pré-candidatos;
> IV - a divulgação de atos de parlamentares e debates legislativos, desde que não se faça pedido de votos;
> V - **a divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas, inclusive nas redes sociais;**
> VI - a realização, a expensas de partido político, de reuniões de iniciativa da sociedade civil, de veículo ou meio de comunicação ou do próprio partido, em qualquer localidade, para divulgar ideias, objetivos e propostas partidárias".

Antes da referida alteração normativa, este Tribunal Superior consolidara o entendimento de que haveria propaganda eleitoral antecipada ou extemporânea quando, ainda que <u>subliminarmente</u> ou <u>implicitamente</u>, sem o pedido <u>expresso</u> de voto, se levasse ao conhecimento do público em geral

plataformas, propostas e intenções políticas, se fizesse menção à pré-candidatura, a eleições vindouras e/ou se veiculasse a ideia de que o emissor/beneficiário da propaganda seria a pessoa mais bem preparada para exercer mandato eletivo.

Tal conclusão, porém, diante da nova realidade normativa inserida pela Lei nº 13.165/2015, merece ser revista.

A despeito de inexistirem direitos ou garantias que se revistam de caráter absoluto, a vedação ou a limitação à propaganda veiculada antecipadamente deve resguardar objetivos constitucionalmente legítimos, de alto valor axiológico, ou possuir uma razão constitucional suficiente, materializadas na promoção e salvaguarda de interesses, que, ante a proeminência e a envergadura na ordem constitucional, justifiquem a limitação da garantia jusfundamental da liberdade de expressão.

Nesse sentido, eventual estabelecimento de limite temporal às propagandas eleitorais encontra lastro no princípio da igualdade de oportunidades entre partidos e candidatos, de forma a maximizar 3 (três) objetivos principais: *(i)* assegurar a todos os competidores um mesmo prazo para realizarem as atividades de captação de voto, *(ii*) mitigar o efeito da (inobjetável) assimetria de recursos econômicos na viabilidade das campanhas, no afã de combater a *plutocratização* sobre os resultados dos pleitos; e *(iii*) impedir que determinados competidores extraiam vantagens indevidas de seus cargos ou de seu acesso aos grandes veículos de mídia, antecipando, em consequência, a disputa eleitoral.

Precisamente por isso, o enquadramento jurídico-eleitoral de determinada mensagem de pré-candidato ao conceito de propaganda eleitoral extemporânea reclama uma análise tripartite, no sentido de perquirir se o ato atentatório à isonomia de chances, à higidez do pleito ou à moralidade que devem presidir a competição eleitoral. Do contrário, ausentes quaisquer ultrajes a referidos cânones fundamentais eleitorais, a mensagem encerrará livre e legítima forma de exteriorizar seu pensamento dentro dos limites tolerados pelas regras do jogo democrático.

In casu, dada as premissas fáticas estabelecidas no acórdão recorrido, "*o recorrente publicou, em seu perfil no* Facebook*, uma imagem contendo sua fotografia e, ao lado, a seguinte mensagem:* "*PSB/MG - O melhor para sua cidade é 40!*" (fls. 116). Diante desse fato, o Regional entendeu que (fls. 116-117):

> "Ora, o que se tem, de pronto, é verdadeiramente propaganda eleitoral, com a imagem do pré-candidato associada tanto ao número pelo qual concorrerá às eleições como, ainda, a **um texto que induz o eleitorado a votar naquela legenda quando, vinculando-se o número a ser utilizado pelo pré-candidato em sua campanha** e o benefício adstrito a ele para o município, 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'. As circunstâncias do caso concreto não se amoldam ao permissivo do artigo 36-A da Lei 9.504/97.
> Como bem aponta o douto representante do Ministério Público Eleitoral nesta instância, '***a menção à candidatura e ao cargo almejado*** *fica clara na divulgação do número 40 - considerando que é de conhecimento de todos os eleitores que número dos cargos das eleições majoritárias tem sempre dois dígitos, coincidindo com o número do partido. Há, ainda, a* ***menção à candidatura e ao cargo na entrevista*** *compartilhada pelo recorrente* (fl. 14)". [Grifei].

Ao assim proceder, o aresto hostilizado reputou configurada a propaganda extemporânea ancorado nos seguintes elementos: veiculação de candidatura através de indicação de número e cargo pelos quais, supostamente, viria o Recorrente a concorrer na eleição majoritária de 2016, além de um "quase" pedido expresso de votos.

À guisa das premissas consignadas e da exegese constitucionalmente adequada do art. 36-A da Lei das Eleições, indigitada conclusão não pode subsistir.

É que a divulgação de mensagens em rede social, na internet, de forma gratuita, com a menção a possível candidatura e o enaltecimento de uma opção política, não consubstancia – e não pode consubstanciar – propaganda eleitoral antecipada. Não se verifica, em veiculações desse jaez, qualquer prejuízo à paridade de armas, porquanto qualquer eventual competidor poderia, se assim quisesse, proceder da mesma forma, divulgando mensagens sobre seus posicionamentos, projetos e qualidades, em igualdade de condições.

Deveras, 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.

Aliás, dada a modicidade de seus custos, a veiculação de mensagens pelas mídias sociais harmoniza-se com a teleologia que presidiu tanto a proscrição de financiamento por pessoas jurídicas quanto a Minirreforma Eleitoral: o barateamento das campanhas eleitorais, característica que as tornam inaptas, segundo penso, a ocasionar interferência indevida do poder econômico no pleito.

Se passarmos a reprimir esses métodos alternativos de divulgação de propostas e plataformas políticas, a Justiça Eleitoral contribuirá ***negativamente*** para o esvaziamento integral do período democrático de debates (para alguns, denominado de pré-campanha) instituído pela Lei nº 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. Pior: produzirá um *chilling effect* nesses pretensos candidatos, tamanho o receio de verem suas mensagens e postagens qualificadas como propaganda extemporânea. Teremos, assim, apenas *candidatos-surpresa* – aqueles que exsurgem apenas e tão somente às vésperas do pleito. E esse modelo, decerto, antes de fortalecer, amesquinha a democracia.

Em um desenho institucional que potencializa e leva a sério o regime democrático, franquear maior tempo aos pretensos candidatos para difundirem suas ideias e opiniões acerca dos mais diferentes temas, suas qualidades pessoais e seus planos de governo futuro, propicia maior possibilidade de controle social por parte dos demais *players* do prélio eleitoral. Sem recair em idealismo ou romantismo, incompatíveis que são com a construção de teorias jurídicas consistentes, certo é que a exposição por largo período de tempo – sem pedido expresso de voto, o que é vedado por lei – permite que essas ideias sejam testadas no espaço público: se, por um lado, forem falsas ou absurdas, a oposição

poderá contraditá-las e a população estará mais bem informada; se, por outro lado, forem boas soluções alvitradas, a oposição terá de aperfeiçoar suas propostas e projetos e o cidadão será, mais uma vez, beneficiado.

Hoje é um dado que nós sabemos mais a respeito da campanha presidencial norte-americana do que a brasileira, justamente porque existe esse asfixiamento da veiculação de propostas e de ideias na arena pública. Indago: é a manutenção desse modelo que nós queremos? A pergunta é meramente retórica.

O que não se pode, portanto, é *vilanizar* a difusão dessas mensagens emitidas pelos pré-candidatos, com propostas políticas, com o enaltecimento de qualidades e com a menção a candidaturas futuras, pela simples razão de que a propaganda eleitoral não pode ser vista como a *Geni* do processo político-eleitoral. Ela se afigura, verdadeiramente, um instrumento a serviço da cidadania, a qual poderá criar um ambiente de melhor informação aos cidadãos-eleitores, em geral, e, em consequência, proporcionar a chance de produzirem um voto maduro, refletido e consciente.

Ex positis, dou provimento ao recurso especial.

É como voto.