

Ana Barcellos: Limitação à propaganda eleitoral na internet © exceção

O Congresso Nacional e a Justiça Eleitoral têm sido confrontados com as novas realidades que a internet introduz na propaganda eleitoral, de modo que o próprio conceito do que seria propaganda eleitoral encontra-se em discussão. Tanto a liberdade total quanto a aplicação da disciplina aplicável aos meios de comunicação tradicionais parecem impróprias. Há ainda o problema da viabilidade prática de qualquer espécie de controle que se pretenda impor, tendo em conta as características próprias da rede. Qual caminho seguir? Uma reflexão constitucional sobre o tema talvez possa ajudar.

A propaganda eleitoral, como qualquer tipo de difusão de conteúdo político-eleitoral, é uma manifestação das liberdades de expressão e de informação garantidas pela Constituição (artigos 5º, IV e IX, e 220). As liberdades de expressão e de informação não são uma coisa qualquer: além de protegidas pela Constituição de 1988, elas gozam de uma posição central nos regimes democráticos, como tem destacado o Supremo Tribunal Federal. Elas não são absolutas, é verdade, mas gozam de preferência, sobretudo quando envolvam temas políticos. Isso significa que a regra geral na matéria será a liberdade e as restrições, embora possíveis, devem ser justificadas e encontrar fundamento no próprio texto constitucional.

De fato, a Constituição de 1988 prevê algumas restrições gerais às liberdades de expressão e de informação (particularmente a esta última), aplicáveis à propaganda eleitoral. A Constituição, e.g., veda o anonimato (artigo 5º, IV), a fim de viabilizar possíveis responsabilidades, e há consenso no sentido de que a liberdade de informação não autoriza a difusão de fatos falsos. A Constituição assegura também a inviolabilidade da intimidade e da honra (artigos 5º, X, 220, parágrafo 1º). Nada obstante, a proteção à intimidade será mais restrita no caso de agentes públicos — na internet ou fora dela —, em face dos princípios constitucionais que demandam ampla publicidade e prestação de contas dos atos do Poder Público. Igualmente, a proteção da honra não poderá servir de argumento para tornar ilícitos o debate e o confronto políticos. Afinal, a liberdade de expressão existe justamente para proteger a crítica: o elogio não precisa de proteção.

Além dessas limitações gerais, o artigo 14 da Constituição de 1988 prevê que as eleições devem ser protegidas contra a influência do poder econômico e o abuso da autoridade pública, e esses dois fundamentos justificam também restrições à propaganda eleitoral. Particularmente acerca da influência do poder econômico, além das regras sobre doações e prestação de contas, as normas existentes procuram controlar o custo real das campanhas, limitando o período de propaganda permitida e os meios — todos tradicionalmente custosos — de que os candidatos podem se utilizar. O objetivo, claramente, é minimizar o impacto do poder econômico, que seria maior caso as campanhas fossem mais longas e fosse possível empregar qualquer tipo de meio publicitário.

Todas as limitações referidas acima, gerais e específicas, aplicam-se igualmente à propaganda eleitoral na internet. O anonimato e a difusão de conteúdos falsos são ilícitas, assim como a violação da intimidade e da honra, observadas as ponderações acima. A influência do poder econômico e o abuso de autoridade podem igualmente se verificar na internet, e a Lei 12.034/2009, em boa hora, vedou



expressamente a propaganda paga na rede e procurou impedir que as estruturas estatais sejam usadas em favor ou desfavor de qualquer candidato. Novas normas sobre o tema foram aprovadas pelo Congresso Nacional recentemente (a chamada minirreforma eleitoral) e aguardam sanção presidencial.

Nada obstante, paralelamente, a internet apresenta uma outra realidade, bastante diversa daquela própria à propaganda eleitoral tradicional e que não pode ser ignorada. Parecia correto afirmar que toda propaganda eleitoral custava dinheiro (muito, frequentemente) e, portanto, o risco da influência do poder econômico estaria sempre presente. Essa afirmação já não é precisa quando se trata da rede. Como se sabe, a internet admite a veiculação de conteúdos (textos, fotos, vídeos, etc.) de forma gratuita, individual, rápida e por meio de canais descentralizados e praticamente ilimitados.

Qualquer candidato e seus apoiadores, a rigor, qualquer pessoa, podem difundir conteúdos em uma variedade de espaços praticamente sem custo: sites próprios, blogs, redes sociais de todo tipo, twitter, etc. Ademais, não existem meios limitados dos quais se precise depender para veicular propaganda — como acontece com canais de TV, rádio ou jornais e revistas — e nem custos relevantes que discriminem os competidores em função da capacidade econômica nesses ambientes. Na realidade, a internet acaba por oferecer oportunidades interessantes justamente aos grupos que não contam com o apoio específico de poderes econômicos ou sociais.

Nesse contexto, não faz sentido aplicar à propaganda eleitoral na internet, automática e acriticamente, restrições legais que foram concebidas tendo em vista a realidade dos meios de comunicação social tradicionais, para o fim de limitar, por exemplo, a influência do poder econômico. Se a realidade da internet é diversa, e eventualmente não se caracterizará a influência do poder econômico, não haverá fundamento constitucional que autorize as restrições nesses casos. É importante ter em mente que as limitações à propaganda eleitoral na internet, como quaisquer restrições às liberdades de expressão e informação, são exceções e devem se justificar à luz do próprio sistema constitucional.