Os "tuiteiros" na urna

Por Leonardo Pietro Antonelli



Advogado e membro da classe jurista do Tribunal Regional Eleitoral do Rio de Janeiro, onde exerce a função de Vice-Diretor da Escola Judiciária Eleitoral. É professor e conferencista da Emerj/Uerj/FGV/Uni-Rio e dos cursos do Cepad, diretor da Associação Brasileira de Direito Financeiro (ABDF), pós-graduado em Direito Tributário, integrante das Bancas Examinadoras de Direito Tributário do XLI Concurso para Ingresso na Magistratura de Carreira do TJ/RJ, de Delegado de Polícia/DF e RJ, membro da Comissão Permanente de Direito Financeiro e Tributário do Instituto dos Advogados do Brasil (IAB), do Conselho Editorial da Revista do Instituto Ibero-Americano de Direito Público, da International Fiscal Association (IFA), e da Academia Brasileira de Direito Tributário (ABDT). Presidente da Comissão Organizadora do I e do II Congresso Internacional de Direito Tributário do IET/RJ e coordenador do Curso de Direito Tributário Brasileiro, 3ª edição (volumes I, II e III) – Editora Quartier Latin do Brasil – São Paulo – 2010

Em recente julgamento, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) decidiu, por estreita maioria de votos, que candidatos não podem fazer propaganda no Twitter antes do prazo estabelecido pela Justiça Eleitoral. Por quatro votos a três, a Corte rejeitou recurso de Índio da Costa, candidato a vice-presidente na chapa de José Serra em 2010, e que pedira votos naquele veículo de comunicação um dia antes do início do período oficial de propaganda. Na prática, o que fez o TSE foi criar um precedente para as eleições municipais deste ano, igualando o Twitter a outros espaços midiáticos, como jornal, rádio ou televisão.

A medida é exagerada, desproporcional. O controle da propaganda eleitoral pelo Judiciário se justifica pela necessidade de se assegurar o equilíbrio da disputa, bem como impedir o abuso do poder econômico, possibilitando aos candidatos a divulgação de suas ideias em igualdade de condições. O que se pretende é garantir ao eleitor, de forma plena, o acesso à informação e o livre direito de escolha. Mas o rigor, que se reconhece necessário, deve ser temperado, para não

incidir em excessos que, em nome do respeito à democracia, acabem atentando contra ela.

O Twitter não é jornal, rádio ou televisão. É uma rede social restrita, já que, para alguém receber um tweet (a mensagem do Twitter) precisa se cadastrar e tornar-se seguidor de determinada pessoa. Diferentemente de um jornal ou um canal de tevê, em que o leitor ou telespectador se depara com uma publicidade que não procura, já que seu objetivo, em regra, é a informação ou o entretenimento. No Twitter, a mensagem do, digamos, "tuiteiro" somente é alcançada por quem efetivamente a procura. A comunicação ocorre por iniciativa do destinatário, que tem de se cadastrar e se tornar seguidor do mensageiro. E pode parar de fazê-lo a qualquer tempo, sem nenhuma dificuldade.

"Em tempos de democracia plena, como o que felizmente vivemos, não se pode perder de vista o respeito às garantias fundamentais, entre elas o direito à livre manifestação de pensamento, à atividade de comunicação e à informação"

Em outras palavras: o potencial eleitor somente recebe mensagens se quiser. Ademais, existem estatísticas de muitos "tuiteiros" que sofrem ameaças por parte de seus seguidores, pois o ambiente é livre, inclusive, para os opositores postarem o que desejarem. Ou seja, uma suposta propaganda política de uma obra, por exemplo, pode gerar críticas para aquele político que postou. Isto é a liberdade de expressão!

Feliz e oportuno, portanto, o argumento sustentado pela ministra Carmen Lúcia, vencida naquele julgamento, no sentido de que a comunicação via Twitter se assemelha a uma "conversa de mesa de bar". De fato, trata-se de um ambiente fechado, não se justificando que esteja sob o crivo da Justiça Eleitoral. Por outro lado, qualquer pessoa pode abrir gratuitamente uma conta, o que afasta também a ideia de que a utilização do Twitter configure abuso de poder econômico.

Em tempos de democracia plena, como o que felizmente vivemos, não se pode perder de vista o respeito às garantias fundamentais, entre elas o direito à livre manifestação de pensamento, à atividade de comunicação e à informação. Por isso, não é bom exagerar nas restrições. Afinal, ainda está na memória de muitos a época dos anos de chumbo, que deixaram como herança a propaganda eleitoral que se limitava apenas à divulgação de um retrato 3 x 4 do candidato, seu nome, número e partido. A internet e as redes sociais representam um caminho novo e sem volta. A proibição indiscriminada é um retrocesso na comunicação eleitoral.